

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2022.07.04 出刊 每週一發行

VOL. 708



6/29

正式啟動

馬祖觀光圈產業聯盟大會

打 造 全 台 唯 一 觀 光 藝 術 島

交通部部長王國材

期許馬祖觀光邁向國際舞台

規劃「跨域共享、創新遊程、數位轉型、精準行銷與品牌形塑」5大策略



馬祖

馬祖觀光圈產業聯盟大會 6/29

交通部部長王國材期許馬祖觀光邁向國際舞台 規劃「跨域共享、

交通部觀光局馬祖國家風景區管理處（以下簡稱馬祖管理處）以「打造全台唯一觀光藝術島」號召四鄉五島代表領袖及在地業者，共同經營觀光圈品牌。馬祖管理處以「馬祖野吧（馬祖好厲害）」為主軸，於6/29（三）假南竿遊客中心，由交通部部長王國材、觀光局局長張錫聰、連江縣立委陳雪生、連江縣縣長劉增應與馬祖管理處處長方正光蒞臨共同見證，宣告馬祖觀光圈產業聯盟正式啟動。



▲馬祖管理處以「馬祖野吧（馬祖好厲害）」為主軸，於6/29（三）假南竿遊客中心，由交通部部長王國材、觀光局局長張錫聰、連江縣立委陳雪生、連江縣縣長劉增應與交通部觀光局馬祖國家風景區管理處處長方正光蒞臨共同見證，宣告馬祖觀光圈產業聯盟正式啟動。

成立大會除邀請近百家具代表性的各界貴賓與在地業者，還有由四家在地餐飲業者以藝術融入地方美食，打造出系列創意料理呈現「味蕾上的馬祖」，同時現場更以東引島上的社區小朋友共同製作的手繪風燈，展現出馬祖文創藝術DNA從小扎根的並與觀光體驗更緊密契合的使命與決心。

交通部部長王國材表示，成立觀光圈的目的是為了資源整合、擴大行銷及建立品牌；馬祖有四鄉五島，景點具備國際潛力，勢必成為疫情後的重點觀光目的地，他對於馬祖的未來觀光發展充滿期待。

王國材抵達南竿後，先至福澳港視察，並登上南北之星參觀。他指出，交通部持續推動馬祖觀光及交通發展，尤其在聯外交通方面，新開航的南北之星從台北港到南竿的航程只需3小時；新的台馬之星預計2023年4月就會打造完成；而華信航空也有開航計畫，旅客要到馬祖體驗五星級的絕美風光可以有更多選擇。

共構、共好打造馬祖在地品牌 藝術轉化地方故事與歷史

觀光局局長張錫聰表示，深耕台灣旅遊環境的腳步沒有因為疫情而喊停，各地觀光圈都在努力等待天晴。期間馬祖更在2022年首度結合縣政府與文化總會和馬祖管理處舉辦第一次的馬祖國際藝術島，透過藝術不僅轉化出地方的故事，文化與歷史，更透過藝術開啟了地方間的對話，感受到馬祖另一股深藏不露的軟實力正在醞釀，期待爆發。

而這就是觀光圈產業聯盟成立的宗旨，透過共構、共好，打造出屬於馬祖在地品牌差異化及獨特性，透過品牌經營讓台灣人重新認識馬祖，除了戰地風情，除了老酒麵線，馬祖還有無限的可能性，透過實際深度之旅，讓在地的特色不僅跟國旅更在未來與國際接軌。



▲交通部部長王國材致詞。



▲連江縣立委陳雪生致詞。



▲馬祖觀光圈產業聯盟用「味蕾上的馬祖」推廣馬祖美食，吸引旅客目光。



撰文／張偉浩 圖片提供／馬祖觀光圈產業聯盟、本刊圖庫

正式啟動 打造全台唯一觀光藝術島

創新遊程、數位轉型、精準行銷與品牌形塑」5大策略



▲(左5起)觀光局局長張錫聰、交通部部長王國材、連江縣長劉增應、連江縣立委陳雪生、交通部路政司司長林福山、連江縣議會議長張永江、馬祖觀光圈產業聯盟盟主陳書建，與貴賓合影。



▲馬祖觀光圈產業聯盟正式啟動，交通部觀光局馬祖國家風景區管理處處長方正光(左)進行簽屬儀式。



▲連江縣長劉增應致詞。



▲馬祖觀光圈產業聯盟盟主陳書建致詞。

陳書建成為觀光圈盟主 闡述發展願景與各階段性任務

交通部對於提升觀光產業走向精緻化不遺餘力，透過馬祖觀光圈產業聯盟的成立，將提升觀光產業服務品質，實現「觀光主流化」的願景目標。在本次觀光圈產業聯盟成立大會中，**馬祖觀光圈產業聯盟盟主陳書建**也清楚闡述未來觀光圈的發展願景與各階段性任務，要朝向觀光國際化發展；**連江縣長劉增應**亦表示，觀光圈的啟動，象徵馬祖觀光將開啟全新的里程，觀光圈的組成即象徵馬祖產業大平台的建構。

管理處則以物產運出去，遊客走進來為目標，從旁協助與服務觀光圈的需求，未來更將以跨域共享、創新遊程、數位轉型、精準行銷與品牌形塑5大策略，一步一腳印建構起屬於馬祖觀光的全新視野，方能實踐觀光主流化的最終目標。

MATSU / food 味蕾上的馬祖



▲「味蕾上的馬祖」西尾半島物產店—潮風光野餐。



▲「味蕾上的馬祖」好食人家.House—紅糟炊飯。



▲「味蕾上的馬祖」林義和工坊—鹹魚蒸豆。



▲「味蕾上的馬祖」DAYSPRING.日光春和—島引馬祖。



馬祖

交通部長王國材與近20位馬祖觀光

推廣馬祖生態及地質之旅 將遊程利用數位化做銷售 結合馬祖

觀光圈產業聯盟成立大會結束後，交通部長王國材與近20位馬祖觀光圈業者進行座談，在地產業界代表發言相當踴躍，業者建議多推廣馬祖生態及地質的深度之旅，並進行分眾行銷，除了可以吸引不同旅遊喜好的客群，也能縮短馬祖的觀光淡季。另外業者對於智慧觀光也提供許多建議，如數位遊程及透過APP把商品送至各地、行銷通路多元化，還有利用數位化設備將馬祖特色商品於網路上做銷售，或是透過網紅、Google、Line旅遊的行銷方式將遊程行銷出去。



▲(左起)交通部觀光局馬祖國家風景區管理處處長方正光、馬祖觀光圈產業聯盟盟主陳書建、連江縣立委陳雪生、連江縣長劉增應、交通部部長王國材、觀光局局長張錫聰、交通部路政司司長林福山、連江縣議會議長張永江，與近20位馬祖觀光圈業者進行座談。



▲交通部部長王國材(中)回答業者提問。

▼交通部部長王國材與近20位馬祖觀光圈業者進行座談。

馬祖觀光圈產業聯盟盟主陳書建表示，馬祖國家風景區管理處積極推動馬祖觀光圈產業聯盟，從地方資源盤點與梳理、產業與地方攜手提升旅遊的品與質、創新主題遊程的開發和健檢、跨域跨產業之媒合與交流，將逐步啟動展現中央與地方資源整合優勢，將馬祖國際藝術島的島嶼品牌推向國際，布局未來，讓馬祖躍上熱門旅遊景點之列。

透過APP結合旅遊各產業 讓旅客體驗無紙化導覽服務

DAYSPRING.日光春和業者提問，馬祖冬天很冷，在地業者幾乎都是半年工作、半年休息，觀光圈產業聯盟未來是否為有針對冬季包裝在地元素遊程，以及是否結合數位科技，讓產品線上化，讓銷售更能觸及網路消費者？馬祖電子支付業者也提出，過去縣長跟議長對於馬祖的電子支付提供了很多協助，未來是否能提升數位轉型與精準行銷，讓電子支付可以智能導客，整合馬祖的機場、碼頭、店家各生態系，協助地方商圈更加繁榮？

馬祖國家風景區管理處處長方正光回應，觀光圈產業聯盟的成立，就是希望由下而上一起努力，共同集思廣益，讓淡季不再是淡季。其中，淡季可以吸引旅客的就是「食文化」，馬祖跟台灣閩南文化有很大區隔，吃的內涵也有所不同，是可以著墨的方向。此外，管理處也在縣府的指導下，裝設WIFI，讓旅客可以利用手機APP進行無紙化導覽服務，也能登入旅遊景點，讓旅客分流，不會全部集中在同一景點。另外也針對島上的計程車進行數位整合，讓旅客可以透過網站預定計程車，並且致力於提升計程車的服務品質與品牌形象，也能透過APP租賃摩托車，讓食宿遊購行都能透過APP數位方式整合，推動低碳、低耗能旅遊，為生態環境做努力。





封面故事

Matsu

撰文／張偉浩 圖片提供／本刊圖庫

圈業者進行座談 交流未來發展走向

國際藝術島品牌效益 讓馬祖躍上熱門旅遊景點之列



▲觀光局局長張錫聰回答業者提問。



▲連江縣縣長劉增應回答業者提問。



▲馬祖國家風景區管理處處長方正光回答業者提問。



▲馬祖觀光圈產業聯盟盟主陳書建回答業者提問。

馬拉松、國際藝術島在冬春舉辦 結合美食、美酒成為必訪理由

觀光局局長張錫聰則表示，馬祖四季分明，每一季景觀不同，冬季有獨特的景觀可以吸引旅客注目，觀光局未來也會與在地通路業者合作，透過國際行銷，吸引北方的日韓國家旅客來訪，對於他們來說馬祖可說是相對溫暖的地區，並針對小三通、日韓、東南亞旅客做分類喜好產品。觀光局也會針對跳島旅遊，以及交通建設進行投資，並提升旅宿、餐廳的接待量能，並列為重要發展計畫。國旅方面，目前國境尚未開放，馬祖是異國風味最為濃厚的離島，如何讓旅客未來不出國，選擇來馬祖旅遊，也是觀光局與觀光圈聯盟精神行銷的一大課題。

連江縣縣長劉增應也表示，馬祖冬季冷的有特色，像是11月的馬祖國際馬拉松、3月的北竿馬拉松，以及首度舉辦的國際藝術島都在冬春之際舉辦，受到國際很大的迴響，吸引各國使節團、藝術團體絡繹不絕，不但是在地業者奔放的舞台，也是年輕人創業的最好機會。因此，連江縣也結合經濟部小型企業創新研發計畫（SBIR），希望在地業者可以利用國際藝術島的效益，註冊美食、美酒商品，讓旅客來欣賞藝術之餘，也能品嚐馬祖在地美食。此外，馬祖首重旅遊安全，冬季馬祖容易起霧，摩托車易發生車禍，建議旅客多利用台灣好行，讓旅遊更加安全。

交通部部長王國材強調，馬祖的快速道路上都有種植不同的花卉，讓道路一年四季都有多元的花種可以欣賞。也建議觀光圈產業聯盟可以製作冬季旅遊地圖，規劃適合冬季旅遊的景點與冬季獨有的元素，提升旅客來馬祖旅遊的誘因，像是芹壁村、北海坑道都不受氣候影響，也是不以海上活動為主，是冬季旅遊包裝的好選擇。

國際藝術島第二階結合地質公園 合作推銷馬祖農特產品

地質公園地質協會也提問，馬祖是地質地景特殊的地方，3年前特別成立地質公園協會，雖然旅行社規劃地質旅遊路線，但是深入介紹卻較少，建議觀光圈產業聯盟可以針對導覽解說人員進行培訓，提升地質地景的內涵與故事性。此外，也希望SBIR與國際藝術島可以結合地質公園，讓地質公園可以結合周邊旅遊產業一起推展，像是海上看東引，讓四鄉五島都有海上看馬祖觀光船，成為最獨特的旅遊體驗。易遊網旅行社也表示，易遊網針對澎湖有做冬季海鮮體驗與LONG STAY漫遊規劃，以及與台東合作在地農特產推廣計畫，利用易遊網強大的網路通路，一直都有很好的成效，未來馬祖是否也會有類似的計畫可以與業者合作？

劉增應回應，國際藝術島好評結束後，縣府也積極籌備第2屆活動，這次不只是藝術，也希望可以同時結合文化、生態、民宿、美食，也能與地質地景做結合，鼓勵在地業者參與，並呈現馬祖特色。連江縣立委陳雪生也表示，第1屆國際藝術島舉辦，總統蔡英文也親臨現場，表示對活動的高度重視與支持，雖然當時很多在地人質疑活動效益。雖然文化藝術的傳播速度不快，但是影響深遠，未來將會成為馬祖旅遊的最大品牌。而馬祖積極針對科技網站、數位行銷著手，希望能讓馬祖的海洋牧場，包括淡菜、牡蠣、海帶，甚至是日本旅客喜歡的馬祖老酒，都能成為網路銷售的農特產品，是未來能與業者合作的項目。此外，也特別建議觀光局可以讓台灣舉辦大燈會的時候，可以讓3個離島能輪流舉辦小燈會，增加離島旅遊的能見度。



▲旅遊業者提問花絮。



馬祖亞洲創生場域「津寮」6/28

提供「閩東式下午茶」、「津寮居酒屋」、多元的「策展空間」和每個月的



▲連江縣副縣長王忠銘致詞。

馬祖亞洲創生場域「津寮」，在林家緯（大山）與台馬地方夥伴的努力下，終於完成了雛形與樣貌。6/28終於開幕，未來將提供「閩東式下午茶」、「津寮居酒屋」、多元的「策展空間」和每個月的聚會「津點小聚」。



▲（前排左3起）林家緯（大山）、馬祖國家風景區管理處處長方正光，與貴賓合影。

連江縣副縣長王忠銘表示，馬祖的旅遊要走出不一樣的路線與旅遊景點規劃，在林家緯（大山）規劃之下，馬祖的旅遊越來越有理想與創意，過去自己曾在交通部觀光局服務，深刻了解到旅遊一定會面臨到轉型的問題，而最重要的就是追求質量，並不斷求新求變，不然很容易被時代給淘汰。像是今年初舉辦的國際藝術島，就是利用藝術將馬祖旅遊量能再度提升，也不遺失在地文化，與當地特色結合，才能讓旅遊走得更深更遠。透過馬祖亞洲創生場域「津寮」的創立，希望各界可以給予馬祖這塊土地更多意見與聲音，讓未來走向與發展更加明確。

結合北、中、南、東創生場域 在地共好多元嘗試

這個座落隱藏在台灣離島津沙聚落裡面

的老屋空間，將能夠與台灣北、中、南、東各創生場域，進行更多數位跨區連結與本島資源攜手對接！更成為讓台灣旅客認識馬祖的地方，讓馬祖也被台灣認識的場所！

林家緯（大山）表示，團隊在這幾年在於地方的投入，不斷的串接青銀資源和各種對在地共好的多元嘗試，不禁讓我們思考是否未來有機會也能夠吸引更多人們，在馬祖貢獻一己所長呢？大山、何培鈞、林立勛都是年已40的大叔，3位都具有海外工作實務經驗，從去年就不斷密集會議、現場考查調研、進行許多策略反芻，並且與在地青年李韋勛和

林怡如一起合作推動。

「津寮」是一個未來高度關注馬祖除了「觀光人潮」以外，是否能夠創造「未來人才」的數位創生場域。如何能夠在台灣領土的邊陲，重新透過「亞洲協作」、「本島連攜」、「數位科技」為地方的團隊帶來更多不同視野與格局！林家緯（大山）指出，「津寮」未來的地方使命！「津寮」未來要服務的不能只是款待遠方的旅客，更必須帶著客人，攜手與地方居民投入在地永續的行動議題，相信唯有如此，客人才有機會成為家人，他們才有可能成為我們。透過馬祖津沙的「亞洲創生數位匯流中心」啟動，我們期待世上最遠距離，不再是本島與離島之間的距離。

◀南竿鄉鄉民代表陳其平、林家緯（大山）。



林家緯（大山）津點小聚5大涵蓋面相



林家緯（大山）表示，走訪世界各地之後，累積不少經驗，最後在2018年來到馬祖，以馬祖做為二地居，2021以津沙為載體，創生實務深耕後，發現馬祖面臨許多現況，像是返鄉創業失敗率高、青年人口嚴重外移、閩東文化流失、閒置空間須活化、青年留鄉配套不足、聚落生活逐漸消失，導致馬祖淡季遊客減少、營收減少、青年返台工作、企業不敢投資馬祖。因此，團隊在2021年創造馬祖圈生活，運用數位群聚8家業者，打造馬祖生活節，創造在馬祖生活的100種方式，利用商圈數位支持系統，銷售異業組合商品，也因此萌生創造津寮創生基地的構想，以永續為基礎，涵蓋青年、文化、旅遊、體驗、品牌面相，找出地方DAN，包括淨灘活動、親樹教育、食農教育、親海教育、大地餐桌、津沙走讀。最後也包裝出趕貓文化走讀、樹攀生態走讀、馬祖閩東聚落生活2日體驗等旅遊產品，形塑馬祖第一印象。





封面故事

Matsu

撰文／張偉浩 圖片提供／津寮、本刊圖庫

正式開幕 讓更多台灣旅客認識馬祖的好地方

聚會「津點小聚」 進行更多數位跨區連結與本島資源攜手對接

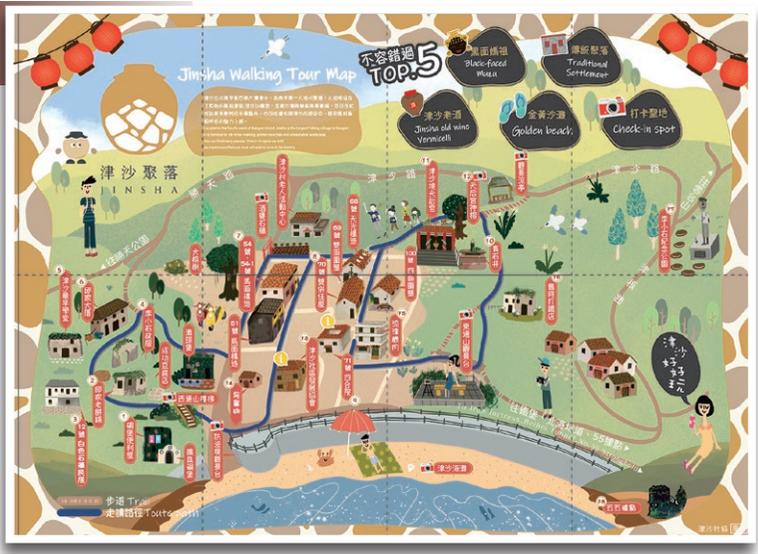
津沙走讀 深度探訪馬祖閩東風情



▲參訪團隊在馬祖亞洲創生場域「津寮」外合影。

津沙村位於雲台山下，在南竿島西南方。津沙願景及工作目標包括 1.社區營造、文化產業發展人才培訓研習。2.文化產業實發展。3.聚落文化產業形塑與推廣。4.聚落傳統古厝再利用，推廣文化產業。其中旅遊的方面也特別推出「馬祖閩東聚落生活體驗」帶領旅客走讀津沙。這次活動特別走訪了馬祖亞洲創生場域「津寮」，以及馬面構造、酒甕石牆、津沙境天后宮、西邊山樓梯、津沙海灘，任參訪業者深度認識津沙村在地風情。

►（左3起）澎東友善商圈創會理事長呂華苑、全國商圈總會執行長葉寶春，也參與津寮開幕活動。



▲參訪團隊在西邊山樓梯合影。



◀參訪團隊在天后宫拱門合影。

▼馬面構造。

▼參訪團隊在津沙海灘合影。

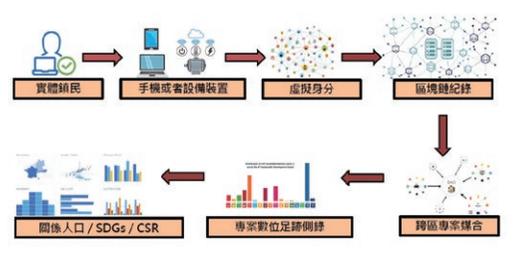


林立勳 規劃亞洲創生數位匯流中心



林立勳表示，亞洲創生數位匯流中心規劃，就是希望從地方出發，為偏遠的地方，建立一個創生數位生態，發掘城鄉未來。並導入一個跨域合作身分，為有經驗的團隊，建立企劃的數位認證，利用打群架的方式，尋求更大的連結、合作與交流，以長遠的合作，培養一個信任決策系統，累積長期決策系統與信任關係。每個地方創生團體都在解決不同的社會議題，為找到地方發展與做事物的方法，所涵蓋的層面不只是旅遊，還有文化、經濟、教育方面，因此需要各層級的參與。為此亞洲創生數位匯流中心分為「小鎮文創」、「小鎮賦能」、「小鎮智能」、「小鎮風土」，解決人才培育問題，人才招募（台北團隊為地方尋求人才），並利用數位群聚平台，提供不同的想法交流，讓不同的人為地方留下想法與做法，持續為地方發展而努力。此外，地方創生也會面臨到不同部會，有各自預算的整合問題，因此數位平台能把不同資源整合、碎化營造，讓地方創生在彙整資源上更加輕鬆與完整。

創生永續



實體鄉民 → 手機或者設備裝置 → 虛擬身分 → 區域紀錄 → 關係人口 / SDGs / CSR → 專業數位足跡轉錄 → 跨區專業綜合

3+4跨到0+7的過渡期 大家該如何因應

防疫最後一哩路 政府宜盡速提供指引 做好相關配套作業 以利業者有所本籌備

邊境管制鬆綁，入境檢疫天數放寬至3+4，然而對於因防疫而困苦許久的觀光業者而言，仍希望盡速朝向「0+7」的方向邁進，才能真正接軌國際、重新導入觀光人流，然而，從3+4過渡到0+7時，政府乃至於觀光業者，應該如何應對，才能順利在0+7正式到來時，迎接商機？

透過與出入境業者的訪談得知，出境業者對於「出入境旅客指引」何時布達為期望的最大宗，也相對最為無所適從。雖說觀光局已於6月份便表示已經備好指引，並送中央流行疫情指揮中心審查，但截至7月正式來臨，仍舊「只聞樓梯響」的階段。其次則是防疫險所引起的旅平險相關議題，也讓業者持續苦惱中。

對於入境業者而言，除了面對各國已經強勢投入觀光宣傳戰，台灣在未來國際品牌定位與行銷尚未全面重啟之外，最關心的議題則是只要維持隔離、篩檢PCR等必要性條件，便難有機會重新引起國際觀光客的到訪意願，加上國與國之間的簽證問題不一，以及醫療險等保險問題，都令業者無所適從。

而負責牽起各國與台灣之間的橋樑，航空公司也受限於每週2.5萬人次的規範，至今國際航線恢復率依舊遠低於過往，造成整體供給數量有限，不僅機票一位難求，也牽引著票價的結構成本。

客觀來說，中央流行疫情指揮中心定調3+4的最大目的，是在於維持台灣整體醫療量能，同時防堵新一波的BA.4和BA.5，確保在暑假來臨之際不會在台灣

大肆擴散，進而成為下一波的主流病毒株。有鑒於台灣仍處於每日萬例以上的確診人潮，加上各國雖然開放後，也持續成為疫情攻陷的目標，強勢開放邊境仍有一定風險。

因此總歸來看，從3+4走向0+7的關鍵，是要讓業者有所從，政府同時要盤點開放後的整體公衛醫療量能等相關配套作業。

對於政府而言，「出入境旅客指引」是首要確立的內容，中央流行疫情指揮中心與觀光局等主管機關因盡速確認內容，並且透過說明會等方式，全面布達到觀光產業的各個供應鏈，讓銷售端的旅行社，乃至於飯店、遊覽車、導遊、領隊、餐廳、購物點等各個元件商都能清楚了解各項規範。於此同時，地方的醫療體系是否完善、遊程區域接待量能、染疫後送等機制是否完備，在面對危機時處理SOP是否已確立，都是關鍵。

當中央至地方都已經確立各項細節完善，觀光業者也能有所本的進行邊境開放前準備作業，在國境正式開放後自然能穩扎穩打的前進，而居高不下的票價等外在因素，也會在限制放寬、市場恢復商序後逐漸趨緩。

開放並非一蹴可幾，但也不宜讓已經苦苦掙扎的旅遊業者在彷彿看見隧道曙光之際，仍舊摸黑前行，唯有政府與民間落實友善的溝通、彼此諒解，才能穩步走向市場重返榮景的一天。

2022
享旅遊

台北國際觀光博覽會

2022 TTE

台北世貿一館

8/19 Fri ▶ 8/22 Mon

已見曙光 國境將開放

- 全民關注！下半年有望出國 搶攻解封商機
- 疫後新趨勢！團體旅遊提升9% 小團旅遊、客製化包團夯
- 報復性旅遊逾50%民眾渴望出國！無畏調漲消費升級 專注高品質行程
- 超前部署 搶先卡位！展期四天號召超過20萬最精準參觀人次

台北國際觀光博覽會(TTE)透過策略聯盟、多元行銷規劃，展期四天號召超過20萬精準參觀人次，以主題規劃鎖定消費客群，提升品牌形象、快速增加訂單、發掘潛在買主，串聯新型態旅遊滿足各消費者需求，做足迎接商機的充分準備。

● 參展報名專線 台北市旅行商業同業公會 TEL:02-2531-2191



f TTE 🔍



參展報名

2022 TAIPEI TOURISM EXPO

指導單位：Taiwan 交通部觀光局、臺北市府 主辦單位：台北市旅行商業同業公會、TOPLINK 上聯國際展覽有限公司

特別贊助：經濟部國際貿易局、undiscovered taipei 觀光傳播局 臺北市府觀光傳播局



COVER STORY | 封面故事

02 **馬祖觀光圈產業聯盟大會 6/29正式啟動**
打造全台唯一觀光藝術島

交通部長王國材與近20位馬祖觀光圈業者進行座談 交流未來發展走向

馬祖亞洲創生場域「津寮」6/28正式開幕 讓更多台灣旅客認識馬祖的好地方

EDITORIAL | 旅奇社論

08 **3+4跨到0+7的過渡期**
大家該如何因應

HOT NEWS | 當週要聞

11 **陳盛山打造跨國盛事—台中國際踩舞祭**
成功賦予台中盛會城市新形象

FOCUS | 特別企劃

14 **隱藏於巷弄中的大夢想**
全國第一座味噌觀光工廠—台灣味噌釀造文化館
中彰區域觀光聯盟與彰化縣旅遊產業協會
攜手共進火力全開
擘劃中彰觀光2.0全方位發展契機

FOCUS | 特別企劃

18 **中彰觀光圈2.0共識會百餘人參與**
聚焦疫後觀光 推出創新遊程的加碼補助

TAIWAN | 國旅情報讚

20 **大東北角觀光圈在台穆斯林踩線體驗活動**
大東北角青年築夢第一波培訓順利完成！
皇冠海岸觀光圈 觀光創造所 實戰開課助轉型
台東雲端國際旅展 圓滿落幕 2萬旅客線上參與
東海岸大地藝術節開幕 啟動疫後藝術新旅遊
華航諾富特飯店 重磅回歸「從心啟航」
全台最美海邊星巴克福隆開幕！福容飯店推出暑假專案
彰化尋味！食麵不心驚 百年老店貓鼠麵

JAPAN | 和風日本

28 **阿見PREMIUM OUTLETS®東京近郊逛街首選地**

FOCUS | 特別企劃

30 **向陽奔跑 有夢最美**

TRADE TALK | 旅業大小事

31 **一起成為秒響笛冒險家 讓音符響徹埔里**
關島舉辦北中南線上說明會
印度最佳航空公司 塔新航空
卡達航空年度獲利 15.4億美元
中區甲聯會組團遊南橫 東部祕境連線



官網



粉絲團

榮譽顧問／夏克堅
發行人／黃秀春
社長／何昭璋

Frank Hsia
Josephine Huang
James Ho

副社長兼總經理／歐彥君 Winnie Ou
國際市場部部長／劉厚志 Jack Liu

編輯部 Editorial

總編輯／王政 John Wang
採訪編輯／張偉浩 Kevin Chang
設計／曾繁淵 Joe Tseng

文案部 Copy Writer

經理／謝筱華 Anne Hsien
資深專案經理／彭可玟 Poppy Peng
文案／楊昀潼 Elsie Yang

設計部 Art

設計主任／林洋正 James Lin
資深設計／葉美君 Mei-Chun Yeh

行銷業務團隊 Marketing & Sales eProject Unit

資深專案經理／周威廷 Wayne Chou

Process Control

經理／李曉倩 Judy Lee

業務部

協理／王相涵 Abby Wang 0922-671-775
經理／王相淳 Sammi Wang 0922-566-614
經理／王政介 Randy Wang 0912-815-962
專案經理／林秀美 Hidemi Lin 0935-357-017

國際市場部

經理／蔡雅雯 Yawen Tsai
企劃副理／黃千珮 Pat Huang
企劃主任／徐意雯 Dance Hsu
企劃編輯／張語柔 Zoe Chang
企劃編輯／何昕穎 Hsinying Ho
企劃編輯／張子凌 Tzuling Chang

旅奇週刊
TRAVEL RICH



旅奇週刊官方網站



旅奇週刊粉絲團

Establishment

日雜誌創刊・B2B網站開站/Oct. 17, 2005.2005年10月17日
Biweekly & B2B website are Established in
Oct. 17, 2005.

Publishing

發行所：旅奇國際有限公司
Rich International Corporation
地址：臺北市信義區(110)基隆路一段159號4樓
4F, No.159, Sec.1, Keelung Rd., Taipei, TAIWAN
客服專線
Tel: (886-2)2747-9077 (代表號)
Fax: (886-2)2747-9075 (代表號)
客服E-mail: judy@richmarcom.tw
印刷：威志印刷事業有限公司

中華郵政臺北誌字第825號執照登記為雜誌交寄
本刊圖文版權所有，未經同意不得轉載或翻印！
All rights reserved.

陳盛山打造跨國盛事

台中國際踩舞祭

成功賦予台中盛會城市新形象



以驚人效率從無到有打造新興盛事

觀光3支箭短短1年全數兌現

連續3年舉辦讓踩舞祭成為亞洲盛大慶典之一



陳盛山打造跨國盛事——台中

以驚人效率從無到有打造新興盛事 觀光3支

一場盛宴、一群人、來自不同國家、不同文化，卻用相同的語言：「舞蹈與笑容」，在台中的街道上活力四射的演出，這就是台中國際踩舞祭的魅力。在時任台中市觀光旅遊局局長陳盛山的推動下，讓踩舞祭從無到有，再逐漸成為能代表台灣的亞洲性盛事，都能看出在他的執念下，這場盛宴成為帶動台中觀光發展的關鍵之一。



▲台中國際踩舞祭的舉辦，讓台中成功躍上國際舞台。

打造一個慶典並非易事，尤其單單憑藉地方縣市的力量，要營造出亞洲級的大型盛事，在有限的資源、預算下，更是難如登天。然而台中過去便曾經藉由「**台中國際踩舞祭**」，成功讓亞洲看見台中，也讓人好奇，催生出這項國際型慶典的靈魂人物——**中華科技大學航空運輸管理研究所教授陳盛山**，在任職台中市觀光旅遊局局長期間，是如何從無到有，再將地方性活動躍升成國際型盛事，值得借鏡。

老少都感動的表演 街頭舞台在台中孕育而生

回顧走過3屆的「**台中國際踩舞祭**」，僅2018年便在短短的3天活動時間，共吸引45萬人次參加、創造1.2億觀光產值，顯見此項活動已成為備受注目的焦點。

若跳脫經濟價值的探討，從活動本體而論，不論在投入規模、參賽隊伍數量、企業響應度，年年大幅增加，活動參與者的年齡層更是不斷上下修，再再顯示出踩舞祭發展至今已成功扎根，成為全民響應的大型慶典。

多年努力獲得豐厚成果，看在陳盛山眼裡可說是感慨萬千，而開啟這項壯舉的起心動念，則是源自於10多年前擔任華信航空董事長期間，在公出日本北海道、本州、四國等地區時，便曾看過日本全民運動的踩街活動，無形中在心中種下一顆種子。

隨著被延攬至台中市觀光旅遊局局長一職後，在2015年2月台灣燈會在台中的契機，交通部觀光局邀請日本4支踩舞隊伍在草悟道封街表演，近距離看到力與美的張力，以及週遭人群感動的畫面，讓陳盛山下定決定要在台中植根舉辦這類型的活動：一場具有台灣特色的國際盛事。

為此，同年8月陳盛山前往名古屋進行中台灣觀光推薦會時，特別前往名古屋最著名的「真中祭」，真正深度接觸後發現，踩舞不僅僅是學生活動，更是日本全民運動，因為踩舞，讓生性含蓄的日本人展現出喜悅與熱情，沿途則是加油聲不斷，甚至流下眼淚，顯示出踩舞是一場能凝聚人心的表演。

堅定信念後，陳盛山於2016年特別帶著市長親筆的三封邀請信到日本，獲得3大知名隊伍：**北海道「YOSAKOI索朗祭組織委員會」**、**名古屋「NIPPON真中祭文化財團」**、**三重「安濃津」**確定支持，為此3隊300人排開所有活動參加首屆的台中國際踩舞祭。

不畏艱難四處奔波籌款 聯合在地企業催生踩舞祭

然而知易卻行難，籌辦首屆台中國際踩舞祭時，由於草創時的百廢待舉加上經費有限，使得催生這個大型嘉年華誕生相當困難。雖說有市府自籌款800萬元，但距離總經費2,600萬元，仍有多達1,800萬元的龐大差距，為此陳盛山特

別放下身段，親自走訪一個個上市上櫃公司，面對著一個個企業主，他不厭其煩的親自簡報，詳細的闡述這個能夠改變台中的夢想，希望讓企業主們共襄盛舉，一同創造歷史。

在他的熱情感動下，包括**時任全聯實業總裁徐重仁慷慨解囊**，加上當時日本線入境代表性的旅行社——**保保旅遊董事長戴啟珩**等出錢出力，並且親自陪同前往日本拜會，促使許多大型企業願意投入，才終於為台中於2016年孕育出首屆踩舞祭。

在堅定的基礎上，2017年台中國祭踩舞祭已經成為台中年度第4大活動，包括台中銀行、和大工業、富宇建設、麗明營造、麗寶樂園等企業也紛紛加入，讓踩舞祭的規模逐年擴大。

射出觀光三支箭 短短一年全數兌現

從實際體驗、疏理想法、統籌擘畫、奔波募款、全國大專院校高中職進行說明會，到親自前往日本3縣市送出市長的三封邀請信，最後能在2016年成功在兩個颱風夾擊下，順利完成首屆台中國際踩舞祭，陳盛山可說是實現了艱鉅任務，更成功拉動台日之間年輕人的交流。



國際踩舞祭 成功賦予台中盛會城市新形象

箭短短1年全數兌現 連續3年舉辦讓踩舞祭成為亞洲盛大慶典之一



▲台中市觀光局與日本真中祭文化財團簽訂「促進慶典交流合作備忘錄」，顯示踩舞祭將在雙邊的持續努力下，年年開啟更璀璨的亮眼表現。（左起）時任台中市觀光旅遊局局長陳盛山、台灣觀光協會會長葉菊蘭、時任台中市副市長林陵三、日本真中祭文化財團理事長岡田邦彥。



▲台中國際踩舞祭的活力與熱情，成功吸引民眾目光，也帶動大量的人流與經濟效益。



▲從2016年~2018年，台中國際踩舞祭已經成為國際型盛事，越來越多海外隊伍參與。



陳盛山指出，2015年率團到名古屋舉辦城市推介會時，他會中就提出觀光交流的「3把箭」，包括**1.日本本州中部12縣市「中部廣域觀光推進協議會（昇龍道）」簽訂友好交流合作備忘錄；2.完成台中國際機場與名古屋中部機場對飛；3.辦理2016年台中國際踩舞祭。**這三個目標的背後，是陳盛山為了整合中部觀光資源，以「中進中出」的核心理念，攜手中部各縣市合力拓展日本市場。

而短短1年間，他便將艱鉅任務一一完成，包括2016年3月由中台灣觀光推動委員會與中部廣域觀光推進協議會簽訂合作備忘錄，隨後名古屋中部機場繼德國慕尼黑機場後，與台中國際機場簽署為第2個姊妹機場，同時完成名古屋的包機飛航，更演化成旺季時每週兩班的定期包機，高效執行力與熱情，讓時任日本中部機場社長的友添雅直高度讚賞，進而建立深厚友誼。加上第一屆的台中國際踩舞祭登場，陳盛山順利將當初提出的三張支票全數兌現。

打造台灣DNA的舞蹈 與亞洲隊決勝交流

自2016年舉辦首屆，到2018年聲勢達到最高峰，許多人看見了踩舞祭對於台中的改變，但也有抄襲日本的聲音不斷傳出。

陳盛山強調，打造台中國祭踩舞祭的關鍵，目的是希望創造一個全民共同參與的國際型盛事，加上活動與日方的高度關聯性與共鳴，能吸引日本Inbound客人，以此消除雙方入境逆差，達到雙邊文化交流。

活動的舉辦不是單純模仿的複製與移植，而是打造具有台灣DNA的盛事，進而達到「他山之石，可以攻錯」。

為此，陳盛山在籌辦踩舞祭時，除了邀請日本具代表性的表演團外，更大規模招募台灣高中職、大專學校，以及民間的舞蹈團體參與，並要求在表演中需要展現出台灣的歷史、文化、藝術舞蹈的魅力。

從數字中能看見，第1屆日本隊伍3隊、台灣隊伍12隊，第2年日本5隊、台灣12隊，第3年國際7隊、台灣16隊，其中，北海道、三重縣、名古屋三大YOSAKOI策劃人在參加首屆踩舞祭後，一致同意將其列為日本年度踩街祭盛事之一，並全力協助辦理；活動到第2屆時，韓國、越南、南太平洋島國也紛紛派隊參加，不難看出活動之成功、國際之認同。

此外，踩舞祭所帶來的外圍經濟效益更是陳盛山的考量，以北海道踩街活動YOSAKOI索朗祭官方統計為例，舉辦25年以來，每年會有250隊的表演團體，5天活動吸引近200萬人次的遊客到札幌，不僅街道上滿滿的觀光客，包括餐廳、飯店、機票都是難求，讓整個札幌市充滿著祭典的熱鬧氣氛。而台中國際踩舞祭也在第3屆

時，短短幾天創造了45萬人次、直接經濟效益1.2億元的佳績，觀光效益驚人。

總體來說，在陳盛山的推動下，台中國際踩舞祭跳脫學生之間的競技模式，進而延伸成商圈、企業、社團，甚至老老少少參與的全民運動，更從原先的台日交流，演化成多國的聯合競技，躍升為亞洲區的重要國際型活動，為台中的盛會城市形象，再賦予全新的桂冠。陳盛山也期許隨著公部門連續舉辦幾屆後，能如同日本YOSAKOI模式轉為私部門承接，由企業與社團主辦，進而達到永續發展的目標。**然因為政黨輪替，加上這項活動從名稱到後續內容逐漸變質，甚至引起日方的質疑而不再派隊前往，使得這項國際化的盛事逐漸淹沒在時代的洪流中，但曾經的風華也讓各界看見，如何藉由大型活動的舉辦，推演著城市邁向國際化的過程。**

城市、國際型活動與觀光連結成功關鍵因素：

- 1、催生地方型成為國際型活動。
- 2、活動屬地方原生型或跨國連結型。
- 3、參與對象為在地老中青少全民並擴及跨國。
- 4、國際型活動預算編列是公務預算、公私合募或私部門。
- 5、國際型活動須具備詮釋城市歷史文化藝術舞蹈等風貌特色。
- 6、國際型活動須與城市國際化與觀光產業連結。
- 7、國際型活動須發展與觀光產業鏈綜合效益。
- 8、國際型活動須與跨國、跨城市同步觀光引客行銷。
- 9、國際型活動要訂定短中長期發展目標。
- 10、國際型活動共同建立為城市品牌，永續經營推廣，切勿因政黨輪替，刻意操作質變而中斷終斷。

隱藏於巷弄中的大夢想 全國第一座

第3代傳人許立昇堅持「離嘴巴越近越好」理念 以職人精



▲(左起)味榮食品總經理許立昇、臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜。

傳承了3代的食品加工企業—味榮食品，在第3代接班人—總經理許立昇堅持下，於10年前毅然決然轉型推出全國第一座味噌觀光工廠—「台灣味噌釀造文化館」，不僅融入台灣在地特色與味道，更將傳承數十年、來自豐原的好味道，用不一樣的方式傳遞給每一個消費者。



◀保留原汁原味的百年大杉木桶，已成為台灣味噌釀造文化館的鎮館之寶。

在擅於加工製造的台灣，不乏傳承幾代的中小型傳統產業，然而經歷過「錢淹腳目」的年代後，面對時代的巨大洪流，往往面臨著如何轉型、改變的課題，老一輩的掌舵者無法跟上現代化的思維，年輕一輩接棒時又缺少實際的鍛鍊，因而常常讓中小型企業在轉型的課題上進退失據。

而位於台中豐原區的味榮食品，即便傳承了3代，卻仍舊維持著創新的力道，從碾米轉型到食品，再切入到觀光，讓品牌的精神即便跨足不同領域，依然能大放異彩。

傳承至今，隨著第3代傳人—味榮食品總經理許立昇接班後，在古早好滋味與現代科技完美結合之下，味榮食品不斷升級進化，從釀造工廠變身國內產銷量數一數二的企業，成功將旗下台灣有機味噌與有機黑豆醬油的市占率大幅提升，甚至在零售通路架上，味榮出品的產品佔據了絕大多數，並且成功走向海外市場。

然而如同他們所打出的口號「小巷子裡的大夢想」一樣，雖成功寫下亮眼表現，擁有遠大理想的許立昇卻不以此自滿，反而於2010年特別成立了全台第一座以味噌為主題的觀光工廠—「味噌釀造文化館」，將台灣味噌融入寓教於樂之中。許

立昇也特別感謝工業局與工研院的輔導，讓味榮能快速轉型、切入觀光。

由此不難看出，許立昇堅持用職人精神推廣台灣農產與支持台灣永續，串起從產地到餐桌美學美味的幸福醬料滋味，讓味榮食品透過觀光工廠與有機生產平台，持續以企業四大理念：關懷人文、友善土地、美味食物、永續生態，來提升企業品牌價值與行銷全世界。

延續一甲子的功力 不變的是歷久彌新的好味道

翻開味榮食品70多年的歷史，其實並非一開始便從事釀造，第一代創辦人許火烈先生原先經營碾米廠，後來隨著該產業收歸國有後，轉而拜師日本人學習味噌與醬油釀造，並於1953年創立大榮食品工廠，漸轉以釀造為本業。

1976年第二代許宗琳先生接棒後，除了正名「味榮食品工廠股份有限公司」，更與日本味噌技研單位合作研發，同時導入黑豆醬油與蔬菜醃製罐頭的生產線，多元的策略迅速打出好口碑，也讓味噌和醬油成為鞏固味榮的2大生產線。

當許立昇從父親手上繼承衣鉢後，延續前兩代對於釀造的堅持，保留傳統古法工

序之餘，更大刀闊斧制定SOP轉型傳統釀造業，力朝有機釀造食品發展，包括引進高科技生產設備，進一步翻新舊有廠房成為現代化工廠，以現代化方式嚴格控管環境衛生，通過ISO22000、HACCP及有機工廠認證。而味榮也在他「精緻味噌的專家、有機釀造的專家」的口號與理念下，成功擴大市場占比，甚至銷售到20個國家。

延續釀造精神 切入觀光領域

為了延續台灣釀造文化精神，許立昇選擇把老廠房改頭換面，規劃成採用環保綠建築概念建造的觀光工廠，由於10多年前市面上的觀光工廠相對少，但醬油屬性的場域已有2家，為此他以味噌為主軸，推出全台首個味



▲在味榮食品總經理許立昇的努力下，味榮持續發展出新穎商品



味噌觀光工廠——台灣味噌釀造文化館

神將傳統加工產業華麗轉型 用味蕾傳遞著味榮的故事

撰文·攝影/王政 圖片提供/本刊圖庫



▲台灣味噌釀造文化館詳細介紹釀造的過程與特色。



▲台灣味噌釀造文化館隨處可見充滿產業特色的布置與巧思。



▲台灣味噌釀造文化館特別保留早年味噌製作的縮影讓民眾欣賞。



◀總統蔡英文(右2)、時任交通部長林佳龍(右1)曾特別蒞臨台灣味噌釀造文化館。



▲為了成就產業邁向永續，在經濟部工業局指導、逢甲大學與全國觀光工廠促進協會主辦下，舉辦「觀光產業永續發展共同宣言簽署儀式」。圖為工業局局長呂正華(右)特別蒞臨

味噌觀光工廠，透過開放式的場域、陳列百年古董級杉木桶、製麴木麴盒等，詳細介紹早期釀造食物源由、歷史與種類，讓消費者能在其中體驗多元的互動，對味噌產業擁有更多的認識。

傳承3代的歷史是許立昇在市場上最大的競爭力，因為具有豐富的故事性，也是企業文化的核心。因此當您走進台灣味噌釀造文化館，能發現他們以故事、包裝、品牌、口碑行銷、社群網絡、整合社會行銷等方式，展現了味噌的魅力與特色，以及味榮食品在製作的嚴謹精神，還有橫跨第一、二、三級產業的特色。

面對百年難得一見的疫情 仍舊維持前進的動力

然而即使持續轉型，面對百年難得一見的疫情，也讓無數企業面臨更大的挑戰。同樣面對劇烈衝擊的許立昇，仍舊維持著對內進行產品優化，以及對外的國際行銷。

對內部分，由於台灣食品百百種，擁有

高CP值、經濟實惠，並且好吃，許立昇便透過農委會與食品工業發展研究所所推出的「銀髮友善食品」，透過嚴格的標準，賦予自身產品多元發展。對外則是攜手經濟部工業局，以「新味食潮」的評選，來凸顯台灣製造、台灣價值、台灣形象等優勢，加大國際能見度。同時，許立昇也運用「現場美食料理秀」的方式在國外行銷宣傳，藉由直覺式推廣商品的方式加大國外消費者的購買意願，進而減輕國外銷售商的囤貨壓力，甚至重新定調品牌形象、搶回市場占比。

許立昇強調，疫情之下帶動了宅經濟的發生，也讓食品業出現劇烈的變化，因此味榮開始著重「離嘴巴越近越好」的核心理念，讓味榮不再專注於調味醬料，而是透過異業合作，發展出小包裝、更便利的

料理包食品及個人式包裝。

於此同時，許立昇特別感謝工業局、工研院、食研所、中衛中心指導下，味榮也積極開發多元的禮盒，將核心技術與產品價值用最簡單方式傳遞給消費者，瞄準公司獎贈禮品的廣袤藍海市場，也為麾下的產品帶來價值提升。近期更看準通路商因應疫情重新洗牌，味榮也開始切入團購、網購的市場，擴大整體通路。

可以說在許立昇對外對內的清晰計劃藍圖下，雖然面對令人手足無措的巨大疫情衝擊，但也讓原本需要長時間的轉型計劃，提早在2年內實現，也讓味榮持續蛻變出新面貌。



來符合當今消費者的多變需求。



▲味榮食品特別參加今年6月份的台北國際食品加工機械展，加大自身產品能見度。

台灣味噌釀造文化館

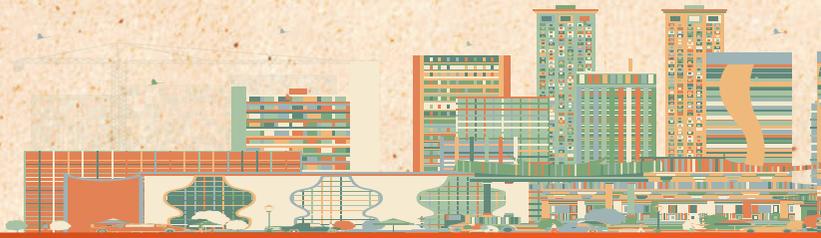
地址：台中市豐原區西勢路701號

電話：(04) 2532-0279#43

網址：www.sauceco.com.tw

營業時間：09：00~17：00 (最後入館16：00)





中彰區域觀光聯盟與彰化縣旅遊產業協會攜手共

彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦 迎接建縣300年、國定古蹟彰化



中彰區域觀光聯盟從1.0邁向2.0格局之際，於6/27與彰化縣旅遊產業協會召開會議，並邀請彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦與會，合議未來全方位合作發展方向，此會議取得高度共識，中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林表示，將與彰化縣旅遊產業協會以及彰化各觀光相關產業公會，更加緊密合作，全方位盤點更多彰化觀光資源，彰化縣城市暨觀光發展處也將全力助力，資源共享互助、互利，藉由中彰觀光全產業通力合作契機，共謀疫情後中彰區域觀光發展願景。

◀ (左起)中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、彰化縣旅遊產業協會理事長暨台灣優格餅乾學院總經理吳睿麒、彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦、中彰區域觀光聯盟的計畫主持人暨學術召集人吳政和。

彰化縣城市暨觀光發展處研議大型活動品牌 凸顯彰化觀光最有料 有信心迎接後疫新市場

彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦對於彰化縣旅遊產業協會提出每年固定舉辦的大型活動品牌相當認同，並將輔以帶狀的活動，讓亮點連動持續發光，對於彰化觀光宣傳和永續推廣將大有裨益；王瑩琦也分享多次與旅奇整合行銷總裁暨旅奇週刊社長何昭璋多次交流的心得，未來彰化將以更開放的態度來發展觀光，務使宣傳的環節求新求變、甚至同中求異，讓非常有料的彰化觀光不再是養在深閨的低調，也藉由此會議，期許大家團結一起，發揮區域觀光力量，將觀光做好做大做強。

彰化縣旅遊產業協會理事長暨台灣優格餅乾學院總經理吳睿麒表示，協會將帶頭發起彰化縣建縣300年擘劃每年固定舉辦的大型亮點活動，以達永續發展彰化觀光的目的。除了彰化縣在2022年迎來建縣300週年，更有甫獲得升格為國定古蹟的彰化扇形車庫興建滿100年的關鍵時刻，彰化也是台灣中部鐵路二水至豐原間通車百週年以上、台灣鐵路山線與海線的交會點，是鐵道發展歷史的重要節點，值此彰化縣觀光產業高光時刻，協會秉持服務越多、獲得越多的理念，將責無旁貸的帶領協會成員，合作共進，串聯彰化縣觀光工廠、觀光休閒農場等資源豐富的亮點，讓到訪的旅客驚豔彰化，愛上彰化。今次會議與中彰區域觀光聯盟的整合資源規劃，將更能彰顯中彰區域的「食旅中彰、城鄉同框」的品牌，一起對外吸引國內外旅客，共享榮耀。

中彰區域觀光聯盟2.0閃耀2022 持續擦亮「食旅中彰、城鄉同框」品牌

中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林表示，中彰區域觀光聯盟是交通部觀光局輔導成立且認證的品牌，成立以來各大媒體、特別是旅奇週刊深入報導中彰區域觀光聯盟和各大觀光圈，是觀光產業的最佳夥伴，協助大家深入盤點資源並擴大報導。在產業界掌握話語權，強化中彰區域觀光聯盟影響力，加深加廣的推廣中彰區域觀光聯盟「食旅中彰、城鄉同框」的品牌和亮點，進入中彰區域觀光聯盟2.0的格局後，做好區域產業整合和行銷力道、攜手縣市政府及相關部局會的資源挹注，勢必倍增境外遊客和國旅客源。

吳政和教授是中華觀光管理學會的理事長、也是中彰區域觀光聯盟的計畫主持人，對於台灣觀光學界的資源整合力和影響力可說



進火力全開 擘劃中彰觀光2.0全方位發展契機

扇形車庫興建百年話題 將展現彰化觀光最有料 高調奏響觀光新樂章



◀ (第1排左起) 臺灣玻璃館副總經理暨台灣護聖宮副主任委員陳柏文、彰化縣旅遊產業協會總幹事黃伯裕、中彰區域觀光聯盟的計畫主持人暨學術召集人吳政和、彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦、彰化縣旅遊產業協會理事長暨台灣優格餅乾學院總經理吳睿麒、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、彰化縣旅遊產業協會副理事長暨卷木森活館總監黃昱哲、彰化縣政府城市暨觀光發展處徐秀芳；(第2排左起) 廣源良董事長施仲廣、台灣新吉利衛浴設備股份有限公司董事長黃炎修、葦優生物科技股份有限公司暨魔菇部落休閒農場總經理方世文；(第4排右起) 桂園自然生態農場暨歌珊地文物藝術公司總經理蔡桂輝、愛玩色創意館總經理洪朱熿賢伉儷；(第5排左起) 水結利觀光工廠副總經理陳麗卿、成美文化園公關組副理吳嘉明。

是跨國際無遠弗屆，中彰區域觀光聯盟1.0成功創建「食旅中彰、城鄉同框」品牌，中彰觀光產業資源互補、彼此資源整合出一串串如珍珠般的亮點，特別感謝中彰區域觀光聯盟的成員協助盤點，也希望2022年再開新局，藉由每一次的互動，加強合作默契，共創中彰觀光的大未來。

即將推出9大遊憩主題創新遊程 中彰大數據成為區域發展堅實後盾

中彰區域觀光聯盟的計畫主持人暨學術召集人暨中華觀光管理學會理事長吳政和表示，投入中彰觀光發展行列其來有自，母親是彰化縣鹿港人，所以自己算是半個彰化人；在靜宜大學服務32年，之前也在業界服務過，跟彰化、觀光都是緣分深厚，雖然中彰觀光發展產、官、學、研、媒缺一不可，但產業卻是重中之重。

2020年交通部觀光局責成7個國家風景區管理處，輔導成立了10個觀光圈1.0，今年中彰區域聯盟以及其他區域觀光圈很多都已經邁入2.0，經過近兩年盤點觀光遊憩資源與觀光特色，中彰區域觀光聯盟聚焦5大魅力景點：「食旅中彰、藝展中彰、創生中彰、節慶中彰、賽事中彰」；9大遊憩主題：「浪漫花田」、「健康雙馬」、「漫步鐵道」、「歷史古都」、「休閒濱海」、「遨遊山城」、「微醺酒莊」、「宗教信仰」、「6星產業」等。迎接疫後觀光市場，2022中彰區域觀光聯盟2.0將規劃中彰創新遊程並規劃上架，納入中彰區域聯盟盤點的亮點，並符合中彰區域觀光聯盟9大路線亮點，一起攪動中彰觀光2.0，迎接新老食旅中彰。

為了前瞻部署開放入境後觀光市場，特別介紹Friendship in Taiwan國際學生遊台灣(FIT)這個社群資源，在召集人新社花田民宿主人賴淑薇運作下已經運行5年，可以成功操作國際來台旅遊市場的推廣，藉由FIT平台的力量，已經有馬來西亞和越南登記來台旅遊7團次，中彰區域觀光聯盟與FIT加強合作、榮景可期。

吳政和強調，未來學界就是整合資料、分析資料，形成中彰觀光大數據，成為中彰區域聯盟發展觀光的利基。今次會議感受大家的熱情參與和共享未來之強大願景，中彰區域觀光聯盟可望成為常設性永續發展的組織，更具實現DMO(目的地營銷組織)自給自足、永續發展區域觀光的榮景。

柴俊林強調，中彰區域觀光聯盟肩負整合包裝及行銷區域獨特亮點，雖然每一個觀光產業都各自有行銷策略，但單一的觀光元件較無法具備足夠的吸引力引客入中彰，所以必須以「打群架」的概念來共謀發展，中彰區域觀光聯盟2.0將持續打造「食旅中彰、城鄉同框」整體觀光意象，吸引旅客到訪，創造多邊效益嘉惠中彰觀光全產業。感謝彰化縣政府城市暨觀光發展處、彰化縣旅遊產業協會的攜手共進，中彰區域觀光聯盟2.0如虎添翼，勢必能發揚光大。



▲全台僅存、亞洲唯二的彰化扇形車庫，今年滿百年更從縣定古蹟升格為國定古蹟，是彰化觀光傲視全台的亮點。



中彰觀光圈2.0共識會百餘人參與 聚

聚焦5大魅力景點「食旅中彰、藝展中彰、創生中彰、節慶中彰、賽事中彰」

交通部觀光局參山國家風景管理處去年輔導成立的中彰區域觀光聯盟，6/30在霧峰處本部舉辦邁向新年度的「中彰觀光圈2.0共識會」邀請中彰區域觀光聯盟內共40多個公協會組織、逾百名觀光產業代表共同出席參與。會中針對下半年疫情緩和旅遊復甦的趨勢謀求產業合作共識，參山處並配合7/15即將推出的觀光振興方案，推出創新遊程的加碼補助措施，透過行銷團隊包裝中彰及竹竹苗觀光圈產品上架，帶領業者向港澳市場招手，吸引國旅及港澳旅客到中彰地區旅遊，把握下半年觀光振興方案疫後商機。



▲中彰區域觀光聯盟6/30在霧峰處本部舉辦邁向新年度的「中彰觀光圈2.0共識會」邀請中彰區域觀光聯盟內共40多個公協會組織、逾百名觀光產業代表共同出席參與。



▲(左起)彰化縣旅遊產業協會理事長吳睿麒、中華觀光管理學會理事長吳政和、參山處長曹忠猷、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林。

參山處長曹忠猷表示，經過這2年盤點觀光遊憩資源與觀光特色，可以聚焦5大魅力景點，分別是：「食旅中彰、藝展中彰、創生中彰、節慶中彰、賽事中彰」；9大遊憩主題包括有「浪漫花田」、「健康雙馬」、「漫步鐵道」、「歷史古都」、「休閒濱海」、「遨遊山城」、「微醺酒莊」、「宗教信仰」、「六星產業」等等。迎接疫後觀光，今年特別專案加強創新遊程的整合及推廣上架，尤其國門即將開放，可以邀請國外目標市場如香港地區的組團業者來踩線或辦理海外推介會，將中彰地區的觀光魅力讓國內外遊客更清楚，為疫後觀光提早佈局。

曹忠猷說，會中也邀請臺中及彰化地方政府、農委會水保局及經濟部工研院等與會，希望透過中央機關跨部會合作、中央地方協力以及地方產業、商圈與協會串連，持續整合農業休閒、觀光工廠、地方特色伴手禮等食宿遊購行等觀光資源，強化輔導觀光數位化、旅遊深度體驗化的旅遊新趨勢，開拓觀光旅遊新市場。

5大魅力焦點共識 實踐「跨域合作」下資源整合

中彰觀光圈2.0共識座談會於6/30上午9時30分，在參山處2樓重新開幕的大禮堂舉行，中彰相關觀光產業公協會等逾百人到場參加。中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林表示，觀光業者的共識一直都在，只是需要同中求異、異中求同，盤點整合，找出每一個商家、業者的亮點；柴俊林特別強調，邁向下一個年度，期盼能強化中彰區域觀光聯盟的平台功效，並持續落實與政府部門的橫向連結。由於聯盟整合了中台灣的產學各個公協會，包括文化部、農委會、交通部、經濟部等中央單位的相關局處，當面對須要與在地產業推廣及行銷時，能直接發文至聯盟辦公室尋求對接，聯盟夥伴將能迅速提供協助。透過更為完善的溝通機制，不僅能縮短公



▲中彰觀光圈2.0執行項目說明。



▲中彰觀光圈內5大魅力焦點。



撰文／張偉浩 攝影／歐彥君 圖片提供／中彰區域觀光聯盟

焦疫後觀光 推出創新遊程的加碼補助

慶中彰、賽事中彰」、9大遊憩主題 為疫後觀光提早佈局



▲(左起)行政院農業委員會水土保持局臺中分局正工程師兼課長劉鎮榮、行政院農業委員會水土保持局南投分局秘書姜煒秀、臺中市觀光旅遊局觀光企劃科科長黃裕文、交通部觀光局參山國家風景區管理處處長曹忠猷、彰化縣政府城市暨觀光發展處副處長郭秋君、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、彰化縣旅遊產業協會理事長吳睿麒。



▲(左起)魔菇部落休閒農場總經理方世文、臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜、台灣觀光旅行業交流協會理事長鄭育麟、臺中市旅館商業同業公會理事長何信蒼、彰化縣旅遊產業協會理事長吳睿麒、金龍永盛旅行社總經理楊琮霖、參山處長曹忠猷、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、中華觀光管理學會理事長吳政和、工業技術研究院產品經理蔡秀如、臺中市樂活觀光產業聯盟協會輔導理事長洪明峯、行政院農業委員會水土保持局臺中分局正工程師兼課長劉鎮榮。



▲(左起)臺中市樂活觀光產業聯盟協會理事長高雅鈴、臺中市產業故事館發展協會輔導理事長吳德利、金龍永盛旅行社總經理楊琮霖、中區甲聯會會長張文姬、臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、霧峰農會總幹事黃景建、霧峰林家宮保第園區總經理林俊明、臺中市旅館商業同業公會理事長何信蒼、工業技術研究院產品經理蔡秀如、臺中市樂活觀光產業聯盟協會輔導理事長洪明峯。



▲(左起)台灣優格餅乾學院特助管明哲、彰化縣旅遊產業協會副理事長黃昱哲、國立台灣交響樂團團長劉玄詠、彰化縣旅遊產業協會理事長吳睿麒、魔菇部落休閒農場總經理方世文、彰化縣旅遊產業協會總幹事黃伯裕、全國觀光工廠促進協會秘書長賴美頌。



▲(左起)全國觀光工廠促進協會秘書長賴美頌、彰化縣旅遊產業協會理事長吳睿麒、臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜、參山處長曹忠猷、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、霧峰農會總幹事黃景建、霧峰林家宮保第園區總經理林俊明、彰化縣政府城市暨觀光發展處顧問洪文能、台灣觀光旅行業交流協會理事長鄭育麟。



▲(左起)參山處秘書林宜錚、副處長湯維堯、處長曹忠猷、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、中華觀光管理學會理事長吳政和、傑森整合行銷資深經理李政慧。

家機關的處理時間，也能藉由聯盟的力量達到食、宿、遊、購、行的多方面整合。

中華觀光管理學會理事長吳政和表示，資金、資源整合很重要，業者朝數位轉型也勢在必行，中彰業者可以透過打團體戰，借重文創、音樂團隊，打造規劃屬於中彰獨有特色的「午茶·生活·節」。

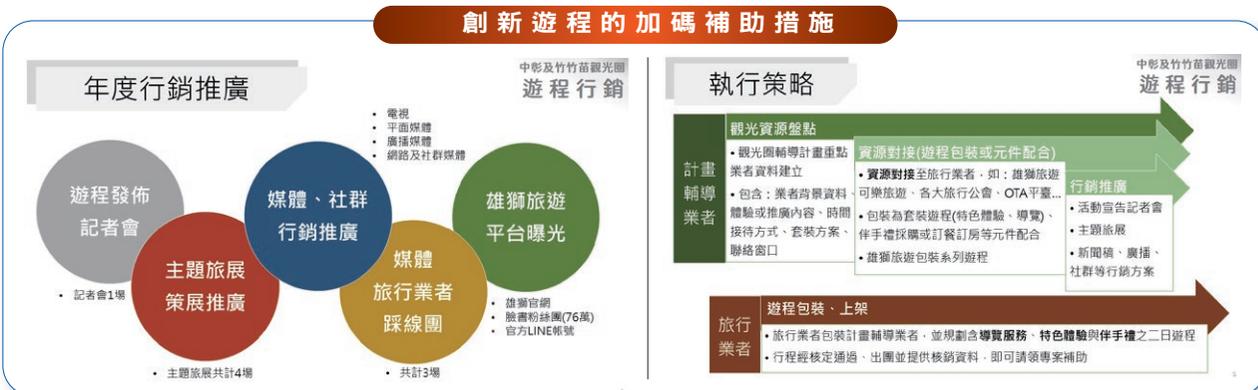
透過這次共識座談會，中彰區域觀光聯盟成員間達成共同發展中彰觀光圈內5大魅力焦點共識，並借力5面向的產業輔導方向，確實實踐「跨域合作」下的資源整合，提升區域內觀光資源配套的完整性。



創新遊程的加碼補助措施

參山國家風景區管理處遊憩課課長張淑華表示，悠遊國旅補助方案規劃，包括團體旅遊補助、旅宿住房補助、主題樂園優惠入園，受益對象包括旅行業、觀光旅館業、旅館業、民宿，以及觀光遊樂業，辦理期間為7/15至12/15，預計會投入55億元的預算。

創新遊程的加碼補助措施



撰文／張偉浩 圖片提供／東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處

大東北角觀光圈在台穆斯林採線體驗活動

東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處 為國境開放暖身準備



▲參訪的地方皆以取得穆斯林友善體驗活動、友善環境及友善餐飲的業者為主。
 ▲「大東北角觀光圈在台穆斯林採線體驗活動」參加人數共有80人，皆為來台攻讀碩博士的印尼學生及其留居在台工作的印尼家庭。

國境開放在即，東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處為積極整備疫後對接廣大的19億穆斯林旅遊市場，於6/12首度辦理1日「大東北角觀光圈在台穆斯林採線體驗活動」，活動開放報名日不到1天就額滿，參加人數共有80人，皆為來台攻讀碩博士的印尼學生及其留居在台工作的印尼家庭。

穆斯林友善環境改善準備 增加整體知名度與套裝路線

為推動大東北角觀光圈穆斯林友善旅遊環境，東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處透過驗證單位伊斯蘭商務發展有限公司及台灣學之旅有限公司聯合舉辦「大東北角觀光圈在台穆斯林採線體驗活動」，為讓觀光圈已取得穆斯林友善驗證的業者累積接待穆斯林旅客經驗，並希望能瞭解各業者的場域及產業特色對於穆斯林旅客的吸引力，故趁國境未開放前，舉辦此採線

活動，讓長期居住在台灣的穆斯林朋友以活動體驗參與方式，實際參訪大東北角觀光圈內穆斯林友善環境的改善準備，並透過參加者的反饋意見，掌握穆斯林需求，以提升觀光圈穆斯林旅遊接待服務量及品質，期透過此活動增加大東北角觀光圈接待穆斯林之整體知名度及穆斯林旅遊套裝路線。

A、B、C三條路線行走 皆以取得穆斯林友善認證業者為

此次一日採線活動人數達80人，因應防疫規定及此次觀光圈業者之產業特色，行程分A、B、C三條路線行走，參訪的地方皆以取得穆斯林友善體驗活動、友善環境及友善餐飲的業者為主，包括東北角暨宜蘭海岸國家風景區福隆遊客中心、福容飯店福隆貝悅、宜蘭人故事館、宜農牧羊場、陳家庄農園、冬山鄉農會—良食農創園區、宜蘭餐飲推廣協會、星源茶園，並

於頭城農場及香格里拉冬山河渡假飯店使用穆斯林午晚餐。

活動進行間在台穆斯林朋友對各項體驗活動感到興趣並熱烈參與，其中對有帶小朋友的穆斯林家庭而言，宜農牧羊場的擠羊奶、餵羊咩咩吃草等活動深受喜愛，還有以推廣友善耕種及食農教育出名的陳家庄農園以彩米樂體驗活動接待穆斯林朋友，還有獲農委會亮點茶莊的星源茶園是以提供宜蘭冬山在地採茶及製茶體驗活動，讓穆斯林朋友認識台灣農業特色，對於穆斯林朋友最重視的Halal飲食，頭城農場豐富的在地鄉村自助午餐料理及香格里拉冬山河渡假飯店精緻的中式穆斯林合菜，都大大地讓這些穆斯林朋友讚不絕口，並且還貼心提供穆斯林友善環境如祈禱室及淨下設施，讓穆斯林朋友在台灣也能享受安心、便利又舒適的旅遊服務。

穆斯林友善環境輔導計畫 增加台灣穆斯林觀光商機

東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處處長馬惠達表示，觀光涵蓋食、宿、遊、購、行等5大基本需求，身為穆斯林及臺灣觀光推動者，更是要不遺餘力地來帶頭推動觀光圈內的穆斯林友善環境，期望透過穆斯林友善環境輔導計畫的推動，能讓觀光圈的旅遊環境更加地友善化及符合國際穆斯林旅客的需求，除了逐步完善大東北角觀光圈整體穆斯林接待環境，更希望能增加台灣穆斯林觀光商機。



▲獲農委會亮點茶莊的星源茶園是以提供宜蘭冬山在地採茶及製茶體驗活動。
 ▶對有帶小朋友的穆斯林家庭而言，宜農牧羊場的擠羊奶、餵羊咩咩吃草等活動深受喜愛。

大東北角青年築夢第一波培訓順利完成！

「地方製作人」全方位技能培訓體驗課程邀您繼續挑戰



▲「大東北角觀光圈·青年築夢」於南方澳遊客中心，進行地方製作人培訓計畫第1波「鄉鎮旅遊規劃起手式」系列課程。



▲「型塑地方製作人」的實際演練，由執行輔導團隊成員現場引導參與學員一同將這兩個月所學與腦海中的想像化為實際提案構想並寫下工作計畫。

交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處（以下稱東北角管理處）於南方澳遊客中心進行「大東北角觀光圈·青年築夢」地方製作人培訓計畫第1波「鄉鎮旅遊規劃起手式」系列課程，已於6/21順利落幕！

最後一堂課由擁有推動社區培根、農村再生、大專生洄游農村競賽計畫，以政府公部門資源補助對應地方青年返鄉創業實際需求、促進公部門與地方青年合作等豐富經驗的柯勇全博士，進行「如何運用專案執行驅動事業經營」實際案例與應用分享。現場不論是尋求轉型創新發展、品牌創業進行式或有意返鄉創業的業者夥伴們，無不認真聆聽仔細筆記、熱烈交流討論，以期更加了解並善用政府與觀光圈團隊夥伴資源互助串連，成為自己創業與品牌轉型路上最大助力！

首部曲5堂系列課程 產官學界與不同視角切入

「地方製作人培訓計畫」於南方澳遊客中心舉辦的首部曲5堂系列課程，從產官學界與媒體、社群、消費者體驗等不同視角切入，透過實際案例解構分析品牌如何透過結合地方生活文化、技藝特色資源盤點，進行產品設計及社群媒體素材製作、操作經營的精彩內容案例與學習實作討論練習的分享課程，吸引現場及線上近400



▲現場不論是尋求轉型創新發展、品牌創業進行式或有意返鄉創業的業者夥伴們，無不認真聆聽仔細筆記、熱烈交流討論。



▲「型塑地方製作人」吸引現場及線上近400人次參加。

人次參加。同時與會夥伴也在最後一堂課一起進入「型塑地方製作人」的實際演練，由執行輔導團隊成員現場引導參與學員一同將這兩個月所學與腦海中的想像化為實際提案構想並寫下工作計畫。

7、8月有全新系列課程 移地壯圍沙丘和福隆遊客中心

第1波系列課程至此寫下讓人意猶未盡

且更加躍躍欲試的美好分號，緊接著7、8月將有全新系列課程與體驗，預計移地前往壯圍沙丘生態園區和福隆遊客中心舉辦。東北角管理處也持續廣邀產業夥伴共同參與，並期許透過3個系列課程，培養出更多具備洞悉地方、開發體驗型產品與後續行銷發展等關鍵能力，並能進行跨域交流整合串連、建立良好的夥伴關係的全方位地方製作人！

產業夥伴關注課程資訊

- ★歡迎有興趣的產業夥伴關注課程資訊，並持續追蹤大東北角觀光聯盟Line群組以及FB「東北角之友」粉絲專頁。
- ★東北角之友FB：<https://facebook.com/necoast.nsa/>
- ★大東北角觀光圈Line群組：<https://reurl.cc/3Ne468>
- ★地方製作人培訓課程7.8月活動預告：<https://reurl.cc/x9mbEb>

皇冠海岸觀光圈 觀光創造所 實戰開課助轉型

邀請文案達人—唐崇達老師傳授社群經營文案心法



▲「皇冠觀光創造所」第1場於6/28(星期二)首度邀請文案達人—唐崇達老師到基隆分享社群文案撰寫的小撇步。



▲北觀處處長陳美秀。

交通部觀光局北海岸及觀音山國家風景區管理處(以下簡稱北觀處)為推動「皇冠海岸觀光圈」發展,今年6月起將再度舉辦「皇冠觀光創造所」6場講座,第1場於6/28(星期二)首度邀請文案達人—唐崇達老師到基隆分享社群文案撰寫的小撇步,參與的觀光圈夥伴都收穫滿滿!

圈粉贏讚的社群文案力 粉絲再轉化成顧客

「皇冠觀光創造所」自今年3月創所,邀請各領域的大師輪番至北海岸及基隆分享觀光經營心路歷程,讓觀光圈夥伴直呼獲益良多!北觀處為搶攻疫後觀光發展先機,決定再開班,這次以精進觀光圈夥伴文案力、洞悉消費者心理,以及商品開發等進階實戰秘訣為主要開課內容,首場6/28邀請文案達人「唐崇達」老師領銜分享「圈粉贏讚的社群文案力」,傳授



▲文案達人—唐崇達老師。

如何使用吸睛的照片和生動的文字吸引遊客的目光,將網軍變成粉絲,粉絲再轉化成顧客,希望能培養在地業者有效經營社群。

30年文案職人經驗 系統化、實戰化教學內容

唐崇達老師是國內知名的文案達人,曾

操刀許多知名品牌經典廣告,授課對象包括公私部門,中華電信、天下雜誌、商業週刊、工研院、國家兩廳院、台電公司、Yahoo奇摩、統一企業、1111人力銀行、遠傳電信等知名機關及企業,此次受邀到皇冠海岸觀光圈分享,他將不藏私的將30年文案職人經驗,濃縮為系統化、實戰化的實作教學內容,講座中以實例演練方式與夥伴們互動,傳授寫作技巧,有效改善撰文病灶,將專注於社群的文案寫作方式,勢必能讓夥伴的文案力更上一層樓。

著重業者實戰應用面 數位時代社群文案的重要性

北觀處處長陳美秀表示,3至4月皇冠觀光創造所與夥伴討論的是大方向的觀光趨勢,而這一階段講座規劃更著重在業者的實戰應用面上,我們觀察到數位時代社群文案力的重要,因此這次為觀光圈夥伴邀請到唐崇達老師,用30年來的經驗,分享如何寫出具有吸引力的文案,增加遊客在社群上的關注度與購買轉化率。



◀北觀處為搶攻疫後觀光發展先機,決定再開班,這次以精進觀光圈夥伴文案力、洞悉消費者心理。

皇冠海岸觀光圈相關網站

皇冠海岸觀光圈官方網站: <https://www.crowncoast.com.tw/>
北觀處官網: <https://www.northguan-nsa.gov.tw/user/main.aspx?Lang=1>
北觀粉絲團—幸福北海岸: <https://www.facebook.com/northguan>

臺東雲端國際旅展 圓滿落幕 2萬旅客線上參與

吸引新馬、中國大陸、香港、日本買家 協助在地業者拓展市場



2022臺東雲端國際旅展直播活動-余處長&大久保麻梨子

▲台東縣政府交通及觀光發展處處長余明勳（右）與大久保麻梨子，一起主持「2022臺東雲端國際旅展」直播活動。



▲台東縣政府交通及觀光發展處處長余明勳親自體驗高空滑索的樂趣。

不能出國就換個方式欣賞美景！受疫情影響，台東縣政府將以往辦理的實體旅展，連續第2年升級為線上雲端旅展，於6/24至26舉行「2022臺東雲端國際旅展」辦理6場直播活動和1場線上洽談會，共吸引超過2萬名海內外訪客線上逛展，點閱人次高達累積近1萬5千人，以及19家在地業者參與，以多元創新的直播商城和線上洽談會形式，吸引來自新加坡、香港、日本、馬來西亞及中國大陸的國際買家，在疫情中協助台東在地業者拓展市場，成功提升台東觀光行銷的國際曝光。

今年第一季再訪率成長2倍 平均停留天數增加19%

台東縣政府表示，過去2年疫情嚴重衝擊旅宿業發展，台東縣觀光產業在疫後新生活中迅速回溫，旅客人次成長率為全平均的1.5倍，2022年第1季再訪率更成長2倍，平均停留天數增加19%，已成為國人「島內出國」的最佳選擇。今年度「2022臺東雲端國際旅展」突破疫情限制，邀請世界各地的旅人漫步雲端，線上

體驗台東慢生活的美好，由國外藝人及網路名人透過直播在線分享，將美好體驗即時帶給觀眾，同步線上展開台東慢漫遊。

台灣國際熱氣球嘉年華 7/2至8/15鹿野高台登場

首場直播活動中，主持人與來賓特別推薦7/2至8/15在台東鹿野高台舉辦的「2022台灣國際熱氣球嘉年華」，今年克服疫情限制如常舉辦，除了有全球唯一的HELLO KITTY熱氣球、超高人氣的台北熊讚熱氣球，還有賽車球、老虎球、鯊魚球、熊本熊球等20顆來自國外的造型球，將在鹿野高台輪番上陣，展開為期45天可愛療癒的動物狂歡會，歡迎大家一起來追球。白天追完球，台東知名的天然溫泉與最美星空，讓旅客在夜晚也可以享受星空溫泉好好放鬆。

線上體驗轉化為實體旅遊訂單 為台東旅宿注入強心針

交觀處指出，去年台東推出全國首創雲端國際旅展，成效超乎預期，今年台東縣

也積極與在地業者合作，台東旅遊業者透過線上直播介紹台東精選好物，讓國際買家可以即時觀看、一對一交流，將旅展美好的線上體驗轉化為實體旅遊訂單，此次旅展期間促成多筆合作洽談，為台東觀光旅宿業注入一劑強心針。

「2022臺東雲端國際旅展」共有19家在地業者踴躍參與，包括：新悅旅行社（安捷航空）、島嶼見學、野菜皇后、長濱1號、東東市、台灣好農、源天然、梨迦初走、心燈窯坊、範樟園、祥銓農創、親水軒、東台灣農特產行；旅宿遊程類的普悠瑪旅行社、阿吉旅行社、國度旅行社、竹湖山居、旅人驛站、The Gaya Hotel等，越來越多業者加入經營品牌國際行銷，讓台東的美被全世界看見。



▲台東縣政府交通及觀光發展處處長余明勳藉由直播分享竹湖山居滑索到世界各地。



▲普悠瑪旅行社分享原民生活與傳統技藝。



▲活動帶領線上旅客感受台東原住民的生活。

撰文／張偉浩 圖片提供／東部海岸國家風景區管理處

東海岸大地藝術節開幕 啟動疫後藝術新旅遊

樹立花東優良典範 延攬優秀藝文人才為在地注入藝文能量



▲Amis 沓互樂團開場演出。

◀(左6起)觀光局局長張錫聰致、東部海岸國家風景區管理處處長林維玲、國立台東史前博物館館長王長華、台東縣政府文化處處長顏志光，與貴賓合影。

交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處(以下稱東管處)第8屆「2022東海岸大地藝術節」6/21下午3時於都歷園區揭開序幕，現場由港口項鍊樂團演唱為藝術節祈福，並有多位貴賓蒞臨，觀光局局長張錫聰致詞中表示，東海岸大地藝術節今年策展主題「群山之島·眾島之洋」，凸顯台灣海洋島國的現狀，以及疫後觀光綠色旅遊趨勢，並呼應2050全球淨零排放減碳行動；國立台東史前博物館館長王長華則提到，東海岸藝術節在花東樹立優良典範，延攬優秀藝文人才為在地注入藝文能量，台東縣政府文化處處長顏志光更提到未來在藝術策展跨單位合作，勢必能讓台東藝文觀光發光發熱。

首場音樂會適逢夏至 與都蘭觀星社合作

東海岸大地藝術節最受歡迎、久違的「月光·海音樂會」首場在6/21隆重登場，雖於平日辦理仍吸引3,500名遊客參

與。開場表演由在地知名的Amis沓互樂團以打擊樂器及優美歌聲演奏多首歌謠；接著由跨領域、族群、文化，並融合了舞蹈，音樂和自然的「WeArt表演藝術平台」以金曲、金音雙主唱歌聲搭配行為表演藝術震撼全場觀眾；續由榮獲第31屆金曲獎最佳客語專輯、最佳客語歌手獎的米莎與慧仔以輕快的客語歌曲為夏至帶來清新饗宴；最終壓軸由金曲歌后以莉·高露用溫暖深邃嗓音演唱多首膾炙人口的歌

曲，為整場音樂會掀起高潮。首場音樂會適逢夏至，活動也與都蘭觀星社合作辦理觀星活動，讓大家體驗遼闊星空的獨特感受。

7/15為售票場次 家家、萬芳重量級卡司登場

接下來7月場次的月光海音樂會，將以「吹過島嶼的風」與「島影浪花」為主題，分別於7/14邀請排灣族曾獲得金曲獎「最佳原住民歌手」的桑梅絹、來自花蓮縣壽豐鄉水璉部落的檳榔兄弟、耕耘編演屬於台灣佛朗明哥的精靈幻舞舞團，以及曾獲得貢寮國際海洋音樂祭首獎的圖騰樂團擔綱演出；而7/15場次為售票場，重量級卡司包括老王樂隊、漂流出口、家家、萬芳及潘越雲將帶來無與倫比的精采演出，歌迷鐵粉們可利用ibon系統於網站或7-11購票。也提醒所有月光·海音樂會的粉絲們，趕快排好行程訂房訂票，準備來東海岸疫後一起搖滾。



▲「月光·海音樂會」創藝市集。



▲最終壓軸由金曲歌后以莉·高露用溫暖深邃嗓音演唱多首膾炙人口的歌曲。



▲「月光·海音樂會」現場人潮。

2022東海岸大地藝術節 活動資訊

詳細資訊可至東管處網站www.eastcoast-nsa.gov.tw/ 或藝術節活動網站 www.tecland-art.tw 查詢，活動即時詳情請關注「東海岸大地藝術節」及「【Nga'ayho】你好，東海岸」FB粉絲頁。

彰化尋味！食麵不心驚 百年老店貓鼠麵

蝦丸、香菇丸、雞捲與滷豬腳 銅板價親民上桌



▲彰化百年小吃—貓鼠麵，遠近馳名。



▲貓鼠三寶麵，內有手工雞捲、燕丸和香菇貢丸，可做湯麵亦可做乾麵。



◀貓鼠麵內既無貓肉也無鼠肉，只有手工現做的三寶與清爽湯頭。

台灣小吃百百種，隱身在大城小鎮上的巷弄街頭，從清晨到半夜，餵飽台灣人與外國遊客的身心，也在煙霧喧騰中飄出經典的臺灣味！聚焦彰化，多數人都聽聞過貓鼠麵，這可與赤牛麵、台南擔仔麵齊名，此麵既無貓肉、也無老鼠肉，由彰化特有的細軟寬扁油麵搭配高湯肉燥所成，簡單卻不馬虎的經典美味，從1921年屹立迄今，湯麵上的配料貓鼠三寶：手工雞捲、燕丸和香菇貢丸，讓人驚豔！

貓鼠三寶搭滷豬腳 守住傳統好味道

貓鼠麵自第一代創始者為陳帳、陳木榮先生，於1921年設攤於竹廣市開始，因陳木榮身材瘦小靈活，故綽號「老鼠」，也成為貓鼠麵由來，日治時期結束後，由陳木榮的姪子陳昭漢接手經營，1985年傳

承給其子陳汝權，並註冊「正宗貓鼠麵」，飄香百年。每逢用餐時間，高朋滿座，「貓鼠三寶麵」三種配料是以精選材料加上傳統手工調製，皮脆、料實，風味獨特，並經消費者協會評審為傳統美食，健康美味，並獲頒「千禧消費金牌獎」之殊榮。

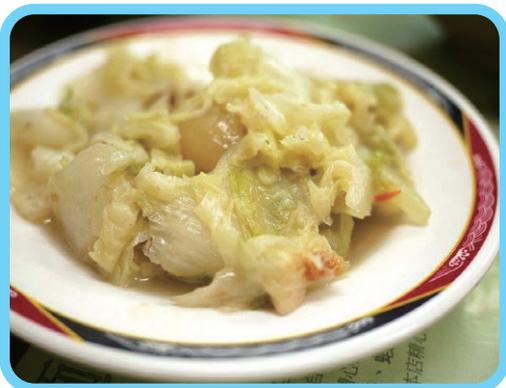
此外，另有「魯豬腳」乃採用溫體豬後腳切塊，熱水川燙後，遵循古法調配，放入甘蔗、蔥、蒜、黑糖、醬油，以陶鍋燉煮3小時，成品皮Q肉滑，色澤紅亮，香氣四溢，油而不膩，清爽可口，都是點餐時內行之選，外加搭配滷豆腐、滷肉飯、滷筍絲.....等等，在通膨高漲的當今，用銅板價就能開心的飽足一餐。

高湯肉燥費時熬 只為提煉鮮滋味

簡單的湯麵，湯頭自是不馬虎，以豬後腿肉入鍋油炸後，加入扁魚、蔥、醬油熬煮2小時，再添加蔥蒜、鮮蛤、大骨繼續「煉味」1小時，成為獨家高湯肉燥，越燉越香，久不混濁，口感濃而不膩，雖然費工費時卻十分清爽，喝的出來有油蔥香與蛤蠣的鮮甜，成為點睛之最，搭配麵香濃郁的扁油麵，復古的經典口感始終如一，為這瞬間萬變的世代見證了傳統美食的單純與美好。

貓鼠麵

彰化市陳稜路223號
電話：04-726 8376
時間：09:00-20:30（公休日另外公佈）



▲必點小菜—白菜滷。



▲經典魯豬腳。

圖片提供／華航諾富特飯店、福容大飯店

華航諾富特飯店 重磅回歸「從心啟航」

感謝酬賓住房、餐飲多重回饋 邀您登機



▲華航諾富特飯店與機場、高鐵、捷運網路串聯，堪稱最便利的國際飯店。



▲室內泳池區設有25公尺28°C，24小時臭氧殺菌以達最佳無嗅清澈的水質。



▲新鮮的小卷、鮮蚶以及澎湖角瓜，搭配泰式酸辣湯底，呈現不同的海鮮風貌。

華航諾富特飯店為期388天的防疫任務已圓滿達成，並成功協助逾萬名機組員完成飛航任務，依防疫規範靜置並進行大規模消毒，全心準備盛大的「從心啟航」，並在6/30重返崗位。

除打造全新多元的親子遊憩空間外，更推出感恩回饋住房專案，2,288元入住標準客房，並享免費升等景緻客房飽覽機場景觀、加價一元可享用品坊西餐廳早餐、贈送2張A12-A19機場捷運一日無限搭乘券，送完為止、新光影城購票優惠及萬國

通路行李箱75折優惠券，以及提供1位16歲以下孩童與家人同住加床及早餐免費等優惠。

華航諾富特飯店重啟營運，特別攜手大魯閣旗下來自日本最受歡迎的「遊戲愛樂園」，以「萌獸樂園」為主題，打造遊具區、仿真超市區、扮家家酒區等主題設施，兼具教育性、娛樂性，讓小寶貝玩得開心，時尚舒適的住宿空間、精心規劃的休閒設施包括泳池區、蒸氣室、烤箱、24小時健身房等，同時也能滿足大家的度假

期待，盡享休閒時光。

品坊西餐廳推出「生猛海鮮季」，有漁港新鮮直送的各式海鮮，6/30至7/15期間可享買一送一，7/16~7/31享第二人半價優惠，提前預約訂位每人皆贈送極品佛跳牆一盅！7/1~7/14入住可使用桃園住宿金搶先用活動，可現折1,000元，7/15之後入住也可使用國旅補助現折1,300元，旅遊補助資訊可至觀光局查詢，專案詳細內容請至華航諾富特官網查詢。

全台最美海邊星巴克福隆開幕！福容飯店推出暑假專案

霹靂沙雕、生活節、音樂會、文創市集 周周有活動



▲星巴克福隆觀海門市開幕。

全台灣首間臨沙灘最美星巴克「福隆觀海門市」就在今夏6/18（六）開幕，門市座落在福隆黃金沙灘上，延伸窗邊座位，使空間視覺延伸，猶如坐臥在遊艇甲板，眺望無邊無際的海洋。而「2022福隆沙灘生活節」也自6/18~10/29止每周六下午登場，每周沙灘音樂會邀請樂團熱唱演出，搭配文創美食市集、異國美食讓您從早吃到晚，每周還有草地夕陽瑜



▲福隆生活節草地瑜珈課程。

珈活動，以及沙雕DIY體驗活動。

沙雕季也推出一系列活動，除了沙雕展覽外，也將在7月、9月各舉辦一場沙雕霹靂英雄見面會活動，將邀請各路霹靂英雄齊聚福隆與大家共迎夏日時光；而在展覽期間只要與沙雕拍照上傳「福容大飯店福隆」粉絲專頁，月月都將抽出一名幸運兒，能獲得價值10,800元+10%飯店住宿券等好禮！

位於福隆海水浴場的福容大飯店福隆，也推出一系列暑假系列專案，雙人成行一



▲福隆國際沙雕藝術季「霹靂傳奇掌中天下」。

泊一食只要7,999元起，加贈早晚餐各兩客外，再送休閒活動三選一體驗券兩張，可任選手做DIY、單車自由行或是夜訪沙蟹活動；如果一家四口來玩也不擔心，四人同行也只要7,999元起，除加贈活力早餐四客及休閒活動券外，再送溫溫炸雞桶一份；自7月起福容福隆也搭配觀光局推出的補助優惠活動，最高可獲得1,300元旅遊補助金，讓您今夏來福隆看沙雕、聽音樂、玩海邊、喝咖啡。詳情請上福容大飯店福隆官網查詢。

圖片提供／JR東日本大飯店、台北六福旅遊集團、英迪格酒店、台北新板希爾頓酒店、台南大員皇冠假日酒店、滬尾藝文休閒園區

JR東日本大飯店台北

「凱華一泊二食」住房專案5,980元起



▲「凱華一泊二食」住房搭配磐龍宮殿御膳。

JR東日本大飯店台北即日起至9/30推出「凱華一泊二食住房專案」專案價格5,980元起，入住直接升等13坪大的大都會客房、鉅麗安全日餐廳自助式早餐，還有以北京宮廷菜系聞名的凱華樓中華料理「磐龍宮殿御膳」雙人套餐饗宴，每套售價1,980元；還可使用飯店泳池、三溫暖、健身房等多項休閒設施，供房客免費預約使用，提供一個與家人、朋友享受充滿日式風格與服務細節的餐飲住宿氛圍，舒緩緊繃許久的心情。

六福搶國旅補助商機

住飯店、玩樂園 超值優惠享透透



▲平日入住關西六福莊官網任一專案，可折抵國旅補助最高額度1,300元。

六福旅遊集團搶攻國旅補助商機，平日入住飯店官網住房專案皆適用補助外，關西六福莊加碼入住「Cool瘋樂園暑假住房專案」，出示兒童新冠肺炎疫苗接種紀錄卡，依照各房型人數上限，額外贈送至多兩位兒童免費入住；台北六福萬怡酒店則推平日入住指定專案可升等豪華客房及第3~4人免費入住、加贈500元餐廳消費抵用金。六福村主題遊樂園搭配國旅補助，享平日現場購票享牌價3折，水樂園只要180元，水陸雙樂園400元有找。

台北大直英迪格酒店sneakOut BAR

7/8試營運 團體包場無限暢飲

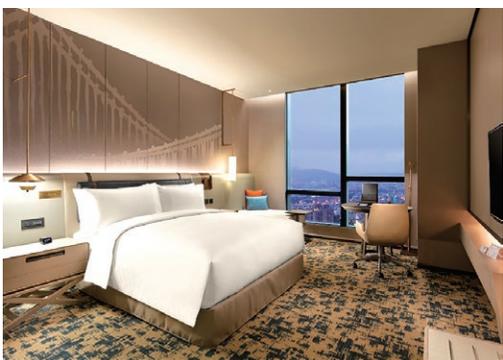


▲台北大直英迪格酒店sneakOut BAR即將開幕。

台北大直英迪格酒店sneakOut BAR (4F) 7/8迎賓登場！200坪戶外露臺，180度遼闊景觀視野，在綠意盎然植栽環繞下，宛如城市秘境！7月試營運期間，餐點8折、酒飲分時買一送一；17:00—18:00開釀時光，享「調酒買一送一」，21:00—23:00釀享時刻「葡萄酒單杯買一送一」。酒吧未來將不定時加碼舉辦「快閃主題之夜」。試營運期間，酒吧首波推出多款自家設計、充滿創意又淘氣的調酒，為小酌時光增添不少樂趣。

台北新板希爾頓酒店

推「步數換金」暑期住房專案



▲「步數換金」暑期限定專案，最高折抵300元。

台北新板希爾頓酒店推出「步數換金」暑期限定住房專案，攜手「智慧穿戴領導品牌Garmin」，打出「今天住、退房抵」，以最實質的住宿抵用金和超值的獎項，鼓勵消費者出門旅行。即日起至8/25期間訂房、8/27日前雙人入住此專案，下載旅客專屬計步APP紀錄步數，退房出示畫面，凡達5000步折抵200元、10000步折抵300元，週週還可再享Garmin新款萬元運動跑錶抽獎活動。另「Market Flavor悅·市集」，7月限定推出系列紐奧良料理，享77折優惠。

台南大員皇冠假日酒店

國旅最高補助1,300元台南玩起來



▲安平陶坊體驗手拉坯。

搶攻7/15即將上路的「悠遊國旅」住宿優惠補助方案，每房最高可獲得1,300元的補助，台南大員皇冠假日酒店推出「汪汪艦長航海趣」住房專案4,799元起、「果然一夏」住房專案5,999元起、「台南爽玩3天2夜」入住2晚8,888元起。再加碼推出「文化帶路 來趣安平玩」每房5,150元起，含翌日早餐與安平陶坊體驗手拉坯2人或平底船票2張（河樂廣場往返航線）；以及「FUN暑假 無憂住含早晚餐」每房6,000元起，今年暑假就是要來台南玩啊！

將捷金鬱金香酒店

英法美食季 不分平假日新北人9折



▲法式經典料理「普羅旺斯香草鱸魚」。

用英法美食邂逅一場仲夏味蕾饗宴！淡水將捷金鬱金香酒店L樓的河畔餐廳，於7/1起至9月底前，全新推出「英法美食季」，每人收費NT\$999+10%起，主餐點以「油封鴨腿與馬鈴薯」及「法國普羅旺斯香草鱸魚」，完美呈現英法式經典地道料理，再以多款開胃前菜、沙拉及湯品，開啟顧客們的味覺之旅，同時祭出9月底前不分平假日，新北市民及酒店房客享9折優惠；當月會員壽星限定，兩人同行即享慶生優惠折抵999元。

阿見PREMIUM OUTLETS® 東京近郊逛街首選地

東京出發車程1小時 漫遊小旅行觀光購物一次滿足

撰文／張語柔·圖片提供／向日遊



▲「阿見PREMIUM OUTLETS®」以美國西岸街景為靈感打造，能在綠意盎然的環境中享受購物樂趣。

大型購物設施PREMIUM OUTLETS®隸屬三菱地所集團，是規劃日本之旅不可錯過的購物天堂。加上今年秋季預計開幕的深谷花園，未來將有10處營業據點，版圖分佈東北至九州。旗下設施具備腹地寬廣、品牌及商品種類多元、交通便捷、周圍觀光資源充沛等多項優勢，無論團體或自由行遊客都能輕鬆前往。安排關東近郊小旅行，可搭配距離東京車程約1小時的「阿見PREMIUM OUTLETS®」，再串聯國營常陸海濱公園、那珂湊魚市場、牛久大佛等景點，打造美景美食購物兼具的魅力行程。旅行同業日後若有任何PREMIUM OUTLETS®資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

阿見PREMIUM OUTLETS®

阿見PREMIUM OUTLETS®地理位置絕佳，與首都圈中央聯絡高速公路（簡稱圈央道）的阿見東交流道相連，不僅操作團體方便，也很適合自駕玩關東的遊客排入行程中，可說是東京近郊購物首選地點。境內有約160間店鋪，涵蓋國內外知名品牌、時尚服飾、戶外休閒、生活雜貨等，能一次滿足不同族群的購物需求。

購物空間接近長方形，左右兩側都有商店圍繞相當好逛，走道寬廣且店鋪皆位於1樓，讓輪椅族及嬰兒車可自由在場內輕鬆

暢行。此外，也打造哺乳室與兒童遊樂場等，讓家族遊客能夠輕鬆逛街。餐食方面規劃有餐廳及美食街，無論中、日、西式餐點或甜點都能盡情品嚐。商場鄰近茨城縣的象徵性地標「牛久大佛」，就像是在大佛腳下逛街般，獨特景象也讓此處成為熱門打卡地點。

PREMIUM OUTLETS®已經做足準備迎接外國觀光客回流，只要掃描場內QR Code就能索取電子優惠券，讓購物再享好康。待一切平安觀光重啟後，歡迎到訪購物玩樂。

地址：茨城縣稻敷郡阿見町吉原4-1-1

交通：【電車】JR荒川沖站東口搭乘公車，車程約20分。

【例假日限定】JR牛久站東口搭乘公車，途中行經牛久大佛後抵達，車程約25分。



▲逛街購物的同時，還能遠眺宏偉的「牛久大佛」。

周圍觀光資訊

★東京出發！一日遊範例行程★

東京都內→國營常陸海濱公園（停留約2小時）→那珂湊魚市場（停留約1小時）→牛久大佛（停留約30分鐘）→阿見PREMIUM OUTLETS®（停留約2小時）→回程



▲9月下旬~10月上旬能欣賞由綠轉紅的掃帚草大軍。



▲4月下旬~5月上旬粉蝶花盛開，將公園染上夢幻粉藍色調。

國營常陸海濱公園

國營常陸海濱公園占地約350公頃，園內栽有40種以上的花卉，一年四季都能欣賞美景。春季擁有粉蝶花海，夏季則有薰衣草、向日葵與呈現綠色的掃帚草接力，秋季期間能欣賞紅葉、紅色掃帚草及大波斯菊花海，冬季則有冰鬱金香、蠟梅與梅花等接連綻放。賞花以外，境內也有能玩樂30多種遊樂設施的遊樂園。



▲夏秋時期能將牛久大佛與掃帚草美景一次欣賞！

牛久大佛

牛久大佛高120公尺，1995年被金氏世界紀錄認證為世界最大的青銅製直立大佛。內部可參觀、體驗撰寫經書，還能搭電梯前往觀景台，天氣良好時甚至可遠眺東京晴空塔或富士山。每年8月15日的追弔晚會「萬燈會」能欣賞萬盞燈籠與高空煙火，而牛久大佛熱鬧無比的跨年倒數更是必追！

更多三菱地所相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。



國境開 瘋旅遊

竹北體育館

9/2-9/5

新竹最大旅展

全台第一檔國際旅展在新竹

2022 新竹夏季

國際旅展 伴手禮展

同步展出

航空公司/品牌旅行社
出國行程、機票、旅宿、餐券
挑戰市場最低價!!



4

限時4天



展出內容

海外旅遊區

跨國旅遊、跳島旅行、郵輪行程、潛水、浮潛、泛舟行程。

寶島旅遊區

縣市政府景點推廣、國家風景區、國內遊樂園、親子飯店、溫泉飯店、博物館、民宿、老街、景點商圈、觀光工廠、部落旅遊。

戶外休閒區

露營用品、戶外衣物、穿戴設備、溯溪行程、祕境探險、露營車。

星級餐飲區

飯店餐券、人氣小吃、養生甜品、大師咖啡、手搖飲品。

旅遊用品區

行李箱、旅遊保養品、飯店用品、行李吊牌、手機充電用品。

伴手禮名品區

各地景點伴手禮、特色名產、食品。

參展費用

| 攤位類別 | 規格 | 參展費用 | 早鳥費用 |
|------|--------------------------------|-----------|-----------|
| 標準攤位 | 3公尺(長)X3公尺(寬) =9平方公尺(約 2.72 坪) | NT\$36000 | NT\$33000 |
| 空地攤位 | 3公尺(長)X3公尺(寬) =9平方公尺(約 2.72 坪) | NT\$33000 | NT\$30000 |

(以上報價皆為含稅價格，雙邊角落攤位另收 NT\$3000 元)

■ 新竹市旅行商業同業公會

招商專線

0932-116-272 (03)526-1075

■ 展源國際有限公司

招商專線

0920-283-481 (03)346-6692

指 | 導 | 單 | 位

Taiwan 交通部觀光局
THE HEART OF ASIA Tourism Bureau, MOTC

新竹縣政府
HsinChu County Government

新竹市政府
Hsinchu City Government

主 | 辦 | 單 | 位

新竹市旅行商業同業公會
Hsinchu Association of Travel Agents

展源國際有限公司
Zhanyuan International Co., Ltd.

Vol.708 旅奇週刊 · 25



向陽奔跑 有夢最美

小個子大志氣 體育高材生 逆勢勇往直前

整編／楊昀瀟 圖片提供／CCSA



▲阿南小個子大志氣，努力向學獲頒華南扶輪社獎學金。



▲阿南天賦運動好手，時常參與自行車賽事。



▲阿南目前就讀國立大學體育研究所。

◀阿南表現優異，獲得華南扶輪社獎學金。

有著帥氣短髮的阿南，給人陽光開朗的印象，還有一絲瀟灑男孩味。別看她個子不高，渾身卻散發著活力與衝勁，年紀輕輕涉世已深，令人不禁想起一部經典電影「小巨人」片中主角達斯汀霍夫曼，個子小小卻志氣遠大，開拓美國西部，路途危險卻終有所成，令人欽佩！

渡過幼時艱辛 砥礪自我 學習與人連結

阿南12歲因嚴厲不當的教養離家，讓她歷經幾處安置機構。年少時光學習和不同室友、陌生社工及生輔員阿姨相處，她說最難過是反覆要與剛熟識的人「道別」；道別對年少的孩子是多麼困惑、艱難的課題，隨時準備面對新的人事、建立新的關係，剛適應的心境，不久就得切割，像堆好的積木又被推倒，而家的「歸屬感」尤其是陌生字眼；她承認情感建立、人際磨合，是在青少年時期最大的功課。

幸好喜歡體育又不服輸的她，投身各種運動。翻開相簿，可見在自行車、



籃球、羽球及各種賽事中現身，笑容燦爛；且在CCSA社工鼓勵下，原本不愛念書的她，鼓起勇氣完成大學學業，繼而努力考上國立大學體育研究所，併修教育學程，預備圓夢從事教師生涯，也從中找到久違的自信。

獲得關懷滋養 追尋理想人生

她18歲來到CCSA，獲得短期住宿、獎助學金、生活補助...，讓她轉大人的生活有了著落，更名為學業拚搏；早在安置機構，她即已習得如何自立，而CCSA伸出溫暖臂膀，加上社工諄諄叮囑與善誘，自小離家的阿南有CCSA作娘家

表現傑出，曾獲得全國表特杯女子籃球賽亞軍，還相繼考取C級自行車領隊、C級體適能健身指導員等證照；此外，愛心不落人後，阿南高中就開始參與支援各公益單位活動，積極回饋社會與她熱愛的體運項目。

近年，感念一路成長受惠於多人提攜，成熟懂得感恩的阿南，很樂於擔任Mentor暑假下鄉巡迴安置機構當講師，以自身經驗作榜樣，激勵更多在院生；因為她知道機構兒少心靈最需要的是關愛，但她也呼籲正在自立路上辛苦前進的少年們，隨時準備好迎接各種挑戰，「因為機會是留給準備好的人」！

後盾，讓她在生活與心理上良好調適，勇敢追尋理想的人生。

阿南擁有運動好手、力爭上游的天賦特質，在體育上



▲CCSA 20周年限量紀念版—失家兒悠遊卡。

社團法人 中華育幼機構兒童關懷協會

- ◎ 瀏覽官網：蒐尋CCSA「中華育幼機構兒童關懷協會」
- ◎ 勸募字號：111年度衛部救字第1101364147號
- 一、請捐款支持「失家兒自立」事工～
銀行：台北富邦 永春分行（銀行代碼#012）
帳號：620-102613471
戶名：社團法人中華育幼機構兒童關懷協會
匯款後請來電：(02) 2378-8585 #204
- 二、請以愛心碼 #1717，「捐發票，送愛心」與CCSA一起一起扶助自立青少年穩定生活！



- 三、請線上捐款～贈「限量版悠遊卡」
CCSA官網「單筆線上捐款滿2000元」，即獲贈「CCSA 20周年限量紀念版—失家兒悠遊卡」乙張！

★ 敬請踴躍分享 & 參與～伸援手，讓失家兒也有未來！★

一起成為秒響笛冒險家 讓音符響徹埔里

今年暑假連續10場次 「秒響笛冒險音樂營」 熱情招生



▲吹笛手謝志偉老師攜手埔里鎮首屆圖書館駐館音樂家廖瑋琪，舉辦暑期秒響笛冒險營。



▲用音樂陪伴埔里的孩子度過歡樂童年，更為音樂教育紮根。

台灣吹笛手的城鎮『埔里』，今年暑假即將展開一場音樂大冒險，由吹笛手謝志偉與廖瑋琪老師帶領著小小吹笛手，拿著喜愛的七彩秒響笛，穿越音符的時空，體驗吹奏歡樂與精彩的音樂大冒險時光！

小小吹笛手 齊聚秒響笛冒險營

挑戰成功，每一個小小的吹笛手，臉上充滿自信與神氣，帶著他們從音符精靈王國學到的一身本領，演奏著美好的旋律，分享給家人與親朋好友，從此也成為了吹笛手城鎮中，喜歡分享音樂的一個個小小音樂家。這次由吹笛手家族精心設計的秒響笛冒險營隊活動，讓孩子真實接觸音樂家，雖然音樂沒有形體，但是我們是都透過響笛，透過認識新朋友，透過音樂童話冒險，感覺到了音樂它真的存在！



▲五彩繽紛的秒響笛，一秒就讓笛子發出晶瑩剔透的樂音。

秒響笛105克 專為學齡前孩童打造

有關秒響笛，由台灣長笛製造Guo郭俊峰先生在2015年研發，專門提供國小學童體驗演奏長笛樂趣的響笛，重量只有105公克，長度是長笛的一半長短，剛好適合喜愛吹笛子的學齡前學童學習演奏，除了能夠減輕支撐的重量，還添加了九種孩子們喜歡的色彩提供選擇，更帶來了更多歡樂的音樂時光。

用音樂過暑假 秒響笛冒險營隊招募中

2022年吹笛手謝志偉更與郭俊峰老師聯手打造更容易上手的『秒響笛』專業迷你長笛，能一秒就讓笛子發出晶瑩剔透的樂音，搭配『響笛冒險家』體驗的活動，讓孩子的暑假生活充滿了歡樂，與自己能打造的小小音樂世界。希望藉由『秒響笛冒險家』營隊體驗，未來能自己製造音樂，喜歡分享樂曲，讓整個城鎮，充滿音樂，更能讓慕名遠道來埔里的旅人，欣賞到輕盈悅耳的笛聲，洗滌一身的疲憊。



◀重量僅105克的秒響笛，長度是長笛的一半長短。



▲『響笛冒險家』體驗活動，讓暑假生活充滿歡樂。



跟著吹笛手家族 一起去秒響笛冒險營探索

- *冒險夥伴：吹笛手謝志偉，廖瑋琪（埔里鎮首屆圖書館駐館音樂家）
- *冒險場域：埔里鎮立圖書館 五樓 上午10:00—12:00
- *冒險時間：7/ 6、8、13、15、20、22、27、29；8/ 10、12 共十場次（每週三、週五）
- *冒險配備：秒響笛共9把，可訂製顏色
- *冒險費用：\$3,960元（含秒響笛一把+武功密技卷軸）
- *外縣市參加：建議住宿，推薦日月潭雲品酒店（週一、週四 晚間吹笛手沙龍音樂會）



秒響笛冒險營 等您來報名

關島舉辦北中南線上說明會

入境旅客不須陰性證明 打滿2劑免隔離

撰文／張偉浩 圖片提供／關島台灣辦事處



▲關島旅遊線上說明會吸引超過350位旅遊業者參與，為海島觀光復甦提前暖身。

為關島觀光旅遊的復甦提前暖身，關島台灣辦事處舉辦北、中、南3場關島旅遊線上說明會，介紹關島免費COVID-19檢測（回台前所需出示之陰性檢測）與業者獎勵政策，3場參與的業者達350位以上，業者的踴躍參與以及提問為關島旅遊啟動帶來一股新動能。美國自6/12起入境旅客不再需要出示「搭機前1天的新冠病毒陰性篩檢證明」（仍須出示打滿2劑之證明），而抵台旅客入境檢疫減為3天並接續4天自主防疫，在這波國際鬆綁趨勢的浪潮下，台灣開放海外團體旅遊指日可待。此外，已有110家關島當地商家獲得世界觀光旅遊委員會（World Travel & Tourism Council, WTTC）的安全旅遊認證，讓關島旅遊更安心。

卡達航空年度獲利 15.4億美元

創25年來最佳盈利記錄 載客量亦增長218%

撰文／張偉浩 圖片提供／卡達航空



▲卡達航空的全球航線網路在2021/22財政年度擴展至140多個目的地。

在慶祝成立25週年里程碑的同時，卡達航空集團（下稱卡達航空）宣佈在2021/22財政年度獲得歷來最為強勁的業績，比過往最高年度盈利高出200%。本年度的盈利水平不僅打破了卡達航空集團的自身記錄。卡達航空在2021/22財政年度實現了破紀錄的15.4億美元的淨利潤。此外，其總收入亦增至144億美元，較去年同期增長78%，亦較疫情前財政年度（即2019/20財政年度）高出2%。藉助積極擴張全球航線網路、增加市佔率和單位收入，卡達航空於過去一年的乘客收入獲得高達210%的增長。此外，卡達航空的載客量亦達到18.5百萬人次，較去年增長218%。

印度最佳航空公司 塔新航空

印度唯一豪華經艙 提供印度31個航點

撰文／張偉浩 圖片提供／塔新航空



▲旅客在波音 787-9、A320、A321neo 等機型上皆可選擇搭乘豪華經濟艙。

塔新航空Vistara是由印度資本雄厚的塔塔集團和新加坡航空有限公司（SIA）合資創立的5星級航空公司，2015年首航至今已服務超過1,500萬名旅客，2019年起，由飛達旅運擔任台灣總代理。Vistara源自梵語「Vistaar」，意為「無邊無際」，塔新航空的目標是重新定義印度的航空旅行，關注乘客體驗的每一個細節，打造最舒適的旅程！塔新航空提供每天超過200個航班，航點遍布全球43個國家/地區，包含31個印度國內航點，以及12個國際航點，為時常往來印度和歐洲、中東、東南亞的商務旅客提供最靈活、多元的選擇。此外，更是印度唯一提供豪華經艙的航空公司，提供旅客更寬敞舒適的座位、更美味的食物、更愉快的旅程體驗。

第35屆台韓觀光交流會議登場

百位台韓代表齊聚一堂 攜手邁向互訪300萬人次目標

撰文／王政 圖片提供／台灣觀光協會



▲第35屆台韓觀光交流會議於新竹隆重登場，100位台韓雙方代表再度齊聚一堂！

第35屆台韓觀光交流會議於6/30在新竹隆重登場，是自2019年在韓國慶州舉辦上一屆會議後，台韓雙方再度於新竹齊聚一堂。台灣觀光協會會長葉菊蘭表示，在疫情的影響下，第35屆台韓觀光交流會議終於能在3年後的今天順利舉辦，她感觸甚深，因為這是雙方共同經歷繁瑣籌備過程後的成果。根據UNWTO公布的數據，今年第一季國際觀光成長超乎預期，甚至可能很快恢復至2019年的55%~70%，雖然亞洲復甦速度較緩慢，但已有許多旅遊目的地逐步解除旅遊限制。台灣與韓國一直互為彼此的重點觀光市場，歷年來互訪人數更持續成長，因此這次會議的舉辦必定能夠為台灣後續開放國際觀光奠下好的開始，為台韓交流的重啟注入一劑強心針，也一同努力，在重啟台韓觀光交流後，積極邁向雙邊互訪300萬人次的目標。

中區甲聯會組團遊南橫 東部祕境連線

組合部落體驗、最美小鎮、網紅景點 大巴&小巴遊程彈性組合

撰文／謝筱華 圖片提供／中區甲聯會



▲中區甲聯會考察團參訪岡山航空教育館，大開眼界。



▲台灣滷味博物館董事長陳秀卿（左）、中區甲聯會會長張文姬。



▲中區甲聯會考察團拜會21國際渡假村，（前排左6）21國際渡假村執行長林明龍。



▲參觀彰化觀光工廠-樂活襪之鄉，（右7）樂活襪之鄉經理江珮新。

隨著南橫公路的開通，為深山仙境開了大門，更銜接了南臺灣與東部後花園的諸多選擇，在現有開放通行車種限制下（3.5公噸以下貨車、9人座以下客車、大型重機及機車），中區甲聯會於日前率團前往考察，並安排大巴行程、小巴行程隨選，一親南橫祕境！

中區甲聯會會長張文姬表示，為規劃南橫遊程路線，特別設計大巴路線走池上、鹿野高台，搭配小巴9人座一探南橫東段祕境，提供隨團業者自由選擇並感受當地實況與景致，作為未來出團參考，同時吸收因天氣造成的風險與安全因素，更可做出備案計畫，此行第二日天氣良好，團員們順利暢遊南橫祕

境，讚嘆美景在前，不虛此行。

此外，三日考察也特別安排觀光工廠、科學館，豐富景點配套，包含一遊高雄岡山航空教育展示館，感受全亞洲唯一懸吊飛機的博物館，一親館內珍藏的40多架軍戰機與發彈、發動機等等；同步拜會鄰近的岡山臺灣滷味博物館，用嗅覺為旅遊增味，提供豐富度，更可安排趣味手作體驗，不管是小孩或銀髮族在2小時到半日規劃上，可做寓教於樂運用。

住宿部份，安排鹿野21國際渡假村，其坐擁花東縱谷美景，享盡地理優勢，除了多樣化房型，還有遼闊草原與垂釣

區、戶外泳池，皆很適合親子同遊，已再次開業迎接疫後旅遊契機；彰化員林琉璃仙境，有許多異國風情建築，歌德式教堂、琉璃紫風車、粉紅教堂，成為婚紗攝影的熱門之選，還有玩沙區、農場動物，是中部熱門的網紅打卡景點！社頭是襪子故鄉，也參訪樂活襪之鄉觀光工廠，吸取襪子知識外，盡興採購力促疫後經濟！



▲彰化網紅景點-琉璃仙境。



▲拜會贊助會員屏東南興休息站，由董事長傑哥親自接待。



◀甲聯會贊助會員-旅人驛站。

▶適逢考察日天氣爽朗，一睹南橫山區美景。



白髮不見了



鈦晶蛋白能量深髮黑

終結白髮，髮黑胜肽素，調理頭皮健康，重現青春黑髮



白髮專用蛋白素 植萃酵素
免沖洗 **非染劑**

左手香樟芝多醣黑髮素

通過SGS無重金屬認證，不含矽靈PPD、化學香精、防腐劑

洗髮後微乾輕抹 免沖洗
七天見效 **非染劑**



蠶絲蛋白洗髮乳—中乾髮質適用



玻尿酸洗髮乳—油性髮質適用



胺基酸沐浴乳—手工皂配方



胺基酸洗卸潔顏慕斯



本草自然500元商品

買2送1

